ISSN : 2602 -7356



المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام

مجلة دولية نصف سنوية محكمة تصدر عن :
قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

المجلد (01) - العدد (02) / ديسمبر 2018



المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام

مجلة دولية نصف سنوية محكمة تصدر عن :
قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

ISSN:2602-7356

الإيداع القانوني: جوان 2018

العدد الثاني

ديسمبر 2018

المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام

العدد: 02

المجلد: الأول

ديسمبر: 2018

توجه جميع المراسلات باسم إدارة المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام

العنوان: كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة – قسم علوم الإعلام والاتصال

ص–ب –الأغواط.

الهاتف رقم: 0662562780

0661875252

الفاكس رقم: 029107433

توجه جميع المراسلات للنشر إلى: massmedia1981@gmail.com

الترقيم الدولي: 2018–ISSN 2602–7356.

الإيداع القانوني: جوان 2018

The Algerian Journal of Mass Media and Public Opinion	المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام
The International Scientific Journal	مجلة علمية دولية
Published By Mass Media And Communication Department	تصدر عن قسم الإعلام والاتصال
Amar Thelidji University- Laghouat : Algeria	جامعة عمار ثليجي–الأغواط: الجزائر
The Honorary president of The Journal	الرئيس الشرفي للمجلة
Ph.D. Djamal Ben Bertal	أ.د جمال بن برطال
Director of The Journal	مدير المجلة
Dr. Atallah Trif	د. عطاءالله طريف
The Chief Editor	رئيس هيئة التحرير
Dr. Atallah Trif	د. آيت قاسي ذهبية
Vice Editor-in-Chief	نائب رئيس هيئة التحرير
Dr. Ait Kaci Dahbia	أ.موسى جخدم
Publishing Director	مسؤول النشر
Miss. Nadjoua Slimani	أ.نجوى سليماني
International Relations	العلاقات الخارجية
Mr. Hocine Messadi	أ.حسين مساعدي
General Cordinator	المنسق العام للمجلة
Mr. Djoudi Benguit	أ.الجودي بن قيط
Technical Direction and publishing Equipment	الإخراج الفني والتجهيز الطباعي
Mr. Salim Maiza	أ.سيلم معيزة
Covering Design	تصميم الغلاف
Mr. Ahmed Cheriki	د.أحمد شريكي
International Standard Serial Number **ISSN :2602-3756**	الترقيم الدولي
Legal Deposit –June 2018	الإيداع القانوني

الهيأة العلمية والاستشارية للمجلة:

د.رضوان سلامن	المدرسة الوطنية العليا للصحافة	د.أيمن باجنيد	جامعة الملك عبد العزيز– السعودية
د.الجمعي حجام	جامعة أم البواقي	د.أحمد الزهراني	جامعة الملك عبد العزيز–السعودية
د.عذراء عيواج	جامعة أم البواقي	د.محمود بن سعيد	المركز الجامعي–البيض
د.أبو بكر بوسالم	المركز الجامعي –ميلة	د. عبد الكريم رقيق	جامعة سيدي بلعباس
د.عبوب محمد الأمين	جامعة الشلف	د.إلياس بوخموشة	جامعة سيدي بلعباس
د.أحمد جبار	جامعة –الشلف	د.عبد الوهاب غالم	جامعة مستغانم
د. حمام محمد زهير	جامعة الجلفة	د.ابتسام ميركيش	جامعة مستغانم
د.عامر حمادي	جامعة الجلفة	د.زكرياء بن الصغير	جامعة بسكرة
د. باردي نعيمة	جامعة المسيلة	د. نبيل لحمر	جامعة بسكرة
د.رضوان جدي	جامعة المسيلة	د.بوزيد رملي	جامعة بسكرة
د.سلامي سعيداني	جامعة المسيلة	د. نور الدين بوزيان	جامعة قسنطينة
د. خالد مرشيش	جامعة المسيلة	د.يعقوب بن الصغير	جامعة قسنطينة
د.عبد الرحمان صالحي	جامعة ورقلة	د. رضوان بلخيري	جامعة تبسة
د.فاطمة الزهراء قيطة	جامعة وادي سوف	د. سامية عواج	جامعة سطيف
د.يمينة طريف	جامعة ورقلة	د.محمد سباعي	جامعة أدرار
د.بلقاسم بن عودة	جامعة تيارت	د. طالب كيحول	المركز الجامعي–خميس مليانة
د.رقية محمودي	جامعة البليدة 02	د.أحميدة فرحات	جامعة الأغواط
د.رنان مختار	جامعة الأغواط		

قواعد وإجراءات النشر في المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام:

المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام مجلة دورية فصلية محكمة تعنى بنشر البحوث والدراسات العلمية من الجامعات والمؤسسات العلمية العربية والأجنبية في مجال بحوث الإعلام والاتصال والرأي العام.

تخضع المواد العلمية المقدمة للنشر في المجلة للقواعد العلمية:

أولاً–بالنسبة للبحوث والدراسات العلمية:

- يكون البحث مرتبطا بإحدى مجالات علوم الإعلام والاتصال والرأي العام.
- ألا يكون البحث عملا مكرراً، إذ لا بد أن يحتوي على شيء من التجديد والحداثة، وتكون الأولوية للدراسات الفكرية المعاصرة.
- يقدم الباحث إقراراً مرفقا ببحثه بأنه بحث ذاتي وأصيل ولم يسبق نشره وغير مقدم في الوقت نفسه إلى جهة نشر أخرى.
- يجوز نشر الأبحاث المتميزة المستلة من رسائل الماجستير والدكتوراه بشرط ألا تكون هذه الرسائل منشورة أو مقبولة للنشر في جهة أخرى، ويشار في هامش الصفحة الأولى أو قائمة المراجع إلى أن البحث مستل من رسالة علمية.
- أن لا يقل عدد كلمات البحث عن (3000) كلمة، ولا يزيد عن (6500) كلمة.
- يكتب البحث بفونت 14(**TraditionalArabic**) ومسافة 1.15سم
- يرفق بالبحث أو الدراسة بملخصين باللغتين العربية والإنجليزية أو الفرنسية، ولا يتجاوز (300) كلمة لكل منهما بما في ذلك العنوان واسم الباحث أو الباحثين.
- تشتمل الصفحة الأولى من البحث على عنوان البحث كاملا، واسم الباحث أو الباحثين، وصفته العلمية (باللغتين العربية والانجليزية).

- يرفق البحث بنبذة تعريفية للباحث والمشاركين معه باللغتين العربية والانجليزية أو الفرنسية متضمنة: الاسم، الجامعة المانحة للشهادة، السنة، الدرجة العلمية، التخصص الدقيق، جهة العمل، العنوان البريدي (العادي والالكتروني)، رقم الهاتف والفاكس.

- يراعي الباحث قواعد البحث العلمي الأصيل ومنهجيته من توثيق وهوامش ومصادر ومراجع.

- توثق الجداول والرسوم التوضيحية المستعارة وغيرها بالمصادر الأصلية.

- حداثة المراجع ودقة توثيقها.

- إن تحكيم البحوث أو الدراسات يحال إلى محكمين سريين. فإذا اختلفا في التقييم تحال إلى محكم ثالث ويكون رأيه مرجحا.

- لا تتبنى المجلة اتجاها إيديولوجيا محددا، ولا تخضع لقيود غير قيود العلم ومعاييره الأخلاقية والعلمية.

- الآراء والأفكار المنشورة والواردة في المجلة تعبر عن رأي أصحابها، ولا تتحمل المجلة ما ينشر.

- لا ترد الأبحاث المقدمة إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر، ويخطر الباحث في حالة عدم الموافقة على النشر.

- تحتفظ المجلة بجميع حقوق النشر للبحث المجاز.

قائمة المصادر والمراجع:

- تخصص قائمة بالمراجع في آخر البحث، تتضمن جميع المراجع التي أشير إليها في المتن، وتوضع في صفحات مستقلة.

- تقسم قائمة المراجع إلى قسمين، يحتوي القسم الأول على قائمة المراجع باللغة العربية ترتب فيها أسماء المؤلفين هجائياً.

ويحتوي القسم الثاني من قائمة المراجع على المراجع الأجنبية التي ترتب فيها أسماء المؤلفين هجائياً، مع مراعاة محاذاتها إلى يسار الصفحة، وترتب المراجع دون النظر إلى نوعية المرجع كتابا كان أم رسالة علمية أم مقالة في دورية علمية.

أولا: إجراءات النشر:

- يتم إخطار الباحث بما يفيد تسلم بحثه خلال 15 يوما من تاريخ التسليم.
- يحرص رئيس التحرير مع مدير المجلة على إفادة الباحث بمدى صلاحية البحث للنشر خلال أسبوعين من تسلم ردود المحكمين.
- في حال وجود ملاحظات حول البحث، ترسل إلى الباحث لإجراء التعديلات اللازمة على أن تعاد خلال مدة أقصاها ثلاثة أشهر من تاريخ تسلم البحث.
- يجوز لرئيس التحرير مع مدير المجلة إفادة الباحث غير المقبول بحثه للنشر برأي المحكمين أو خلاصته–عند طلبه–دون ذكر أسماء المحكمين.
- يخضع ترتيب البحوث المنشورة في المجلة لاعتبارات فنية.

ثانيا: عرض الكتب ومراجعتها:

تنشر المجلة المراجعات التقويمية للكتب حديثة النشر سواء الأصلية أو المترجمة، التي تخص مجالات علوم الإعلام والاتصال والرأي العام أو لها علاقة مباشرة به والتي تتوافر فيها الشروط التالية:

- أن يكون الكتاب متميزا ومشتملا على إضافة علمية جديدة.
- أن يكون معد المراجعة متخصصا في المجال العلمي نفسه للكتاب.
- ألا يكون قد سبق تقديم العرض للنشر في مطبوعة أخرى.
- أن يعرض المراجع ملخصا وافيا لمحتويات الكتاب مع بيان أهم أوجه التميز والقصور، على ألا يزيد العرض على (05) صفحات.

ويستهل العرض بالمعلومات التالية:

- العنوان الكامل للكتاب.

- الاسم الكامل للمؤلف، نبذة عن سيرته الذاتية، العنوان الكامل للكاتب، مكان النشر، الاسم الكامل للناشر، تاريخ النشر، عدد الصفحات.
- اسم عارض الكتاب وعنوانه، ونبذة عن سيرته الذاتية. مع تزويد المجلة بنسخة من الكتاب موضوع العرض إذا أمكن

ثالثا: عرض ملخصات الرسائل الجامعية (الماجستير–الدكتوراه):

يراعى في الرسائل الجامعية (الماجستير–الدكتوراه) المجازة للعرض، أن تخص مجالات علوم الإعلام والاتصال والرأي العام، وأن تكون حديثة، وتمثل إضافة علمية جديدة في أحد مجالات المعرفة، وألا يزيد العرض على (10) صفحات، مع مراعاة أن يضم ما يلي:

- مقدمة لبيان أهمية موضوع الرسالة.
- ملخص لمنهج الرسالة وكيفية تحديده، ويكون ضمن الرسالة.
- ملخصا لمنهج الرسالة وفروضها وعينتها وأدواتها.
- خاتمة لأهم ما توصل إليه معد الرسالة من نتائج وتوصيات.

ويراعى في الصفحة الأولى من الملخص أن تشتمل على عنوان الرسالة كاملا، واسم المعد، واسم المشرف على الرسالة ونبذة عن سيرتهما الذاتية (باللغتين العربية والانجليزية)، فضلا عن عدد صفحات الأطروحة والسنة.

رابعا: تقارير اللقاءات العلمية:

تنشر المجلة التقارير العلمية عن الندوات والمؤتمرات ذات العلاقة بمجال علوم الإعلام والاتصال والرأي العام داخل الجزائر وخارجها، وأن تغطي التقارير فعاليات الندوة أو المؤتمر مركزاً على الأبحاث العلمية وأوراق العمل المقدمة ونتائجها، وأهم التوصيات التي توصل إليها.

دعـــــــــوة للنشر

يسر المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والراي العام عوتكم للإسهام بنشر:

- **البحوث والمقالات العلمية**: جل البحوث والمقالات التي تعنى بمجال علوم الإعلام والاتصال والرأي العام.
- **تقارير عن المؤتمرات والندوات**: وهي التي تعقد داخل الجزائر أو خارجها وتستعرض فيها قضايا البحوث في علوم الإعلام والاتصال والرأي العام التي تمس القارئ، ومن صميم تخصص المجلة، على أن يشمل التقرير اهداف الندوة او المؤتمر أو المحاور الرئيسية والنتائج وأهم التوصيات.
- **تقارير عن عرض مراجعات الكتب**: تقبل المجلة المراجعات التقويمية للكتب حديثة النشر؛ بحيث يتناول التقرير كل ما هو جوهري، ويتجاوز العرض والوصف والتلخيص إلى التحليل والنقد واقتراح البدائل، وهذا ما يستدعي أن يكون عارض المراجعة في مستوى المؤلف المتمكن حتى يضيف إلى وعي القارئ ما ينبغي أن يكون، إذا كان هناك قصور في بعض الأطروحات او خلل فيما يجب أن يتحقق في المحاور من أجل التكامل الموضوعي، والتحديث المنهجي والجدية في الطرح.

محتويات العدد الثاني

كلمة العدد الثالث

تزداد أهمية البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال والرأي العام والعلاقات العامة يوما بعد يوم نظرا للدور الاستراتيجي التي تلعبه وسائل الاتصال في تشكيل الرأي العام وصناعته. ففي عصر شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد والبيئة الرقمية تضاعف الدور الاستراتيجي والمحوري لوسائل الإعلام سواء في حياة الأفراد أو المنظمات أو المجتمعات، وأصبحت الكثير من الأفكار والصور والمعتقدات والإدراكات تحددها الرسائل التي نتلقاها يوميا من خلال الفضائيات وشبكة الانترنيت والإعلانات والصحف والمجلات والإذاعات وأصبح المنتج الإعلامي والثقافي يحاصرنا في كل زاوية. والسؤال الذي يفرض نفسه في هذا المقام هو إلى أي مدى تتقيد المؤسسات التي تصنع المنتج الثقافي وفي نفس الوقت تصنع الرأي العام –بما فيها وسائل الإعلام المختلفة بأخلاقيات العمل الإعلامي؟ وهل هناك ضمير مهني يوّجه حسب مبادئ وأسس وقيم إنسانية ومهنية ما يقدم لعقل الإنسان وإدراكه حتى يكوّن صوره ومواقفه عما يحدث من حواليه، ابتداء من محيطه الأقرب إلى أقصى بقاع العالم؟ التجارب العديدة وتاريخ الحروب والنزاعات والصراعات بين الأفراد والمؤسسات والأمم والثقافات والأديان والأيديولوجيات... الخ، كلها أكدت أن الصناعات الثقافية والصناعات الإعلامية تحددها وتسيرها نزوات وشهوات وميول ومصالح وأيديولوجيات قد تتنافى جملة وتفصيلا مع المبادئ الأخلاقية للعمل الإعلامي وللصناعات الثقافية. وعملا بمبدأ الغاية تبرر الوسيلة نجد أن العديد من مخرجات وسائل الإعلام والثقافة تضرب عرض الحائط احترام المستقبل وتضع نصب أعينها ما يريده صاحب المؤسسة الإعلامية والقوى الخفية التي تسيّرها وتديرها وتلتحم وقتها السياسة بالمال وتضيع أخلاقيات العمل الإعلامي.

مهنة وممارسة الإعلام في مختلف المؤسسات الإعلامية بحاجة إلى أخلاقيات وضوابط وأسس مبادئ ومواثيق شرف وأعراف وآداب تسير عليها وتعمل وفقها حتى تبقى شريفة، نزيهة، ونبيلة تؤدي مهمتها على أحسن وجه بعيدا عن المزايدات والمساومات وكل ما يسيء إليها وإلى أخلاقياتها. وأي عمل إذا لم يلتزم بضوابط وبأخلاق وبأسس وقوانين يصبح فوضى تتلاعب به القوى التي قد تكون مصالحها بعيدة عن الصالح العام وعن قيم المجتمع ومبادئه. الإعلام الجاد والهادف والملتزم هو ذلك الإعلام الذي يبتعد عن الغرابة والإثارة والتقليد والسعي وراء تحقيق الأرباح بأية طريقة كانت. فالمهمة الاستراتيجية للعمل الإعلامي هي الكشف عن الحقيقة وإبلاغ الفرد وإدماجه في المجتمع وإشراكه في اتخاذ القرار. دور الإعلام هو جعل الفرد في المجتمع فردا واعيا مثقفا متعلما يعرف حقوقه وواجباته ومسؤولياته. الإعلام يهدف إلى التغيير والإصلاح والتوجيه والتوعية بدلا من إثارة الفتن والقذف والتجريح والتشويه والتضليل والدعاية المغرضة.

حرية الصحافة وحرية التعبير وحرية الرأي هي مبادئ وقيم وممارسات ومسؤولية اجتماعية وسلوك حضاري والمسؤولية هنا تأتي بالدرجة الأولى لخدمة الصالح العام والسوق الحرة للأفكار، وليس الإساءة للآخرين والنيل منهم

عن طريق الشتم والمساس بكرامتهم وسيادتهم وأصولهم. والمسؤولية في الممارسة الإعلامية لا تعني في أي حال من الأحوال الرقابة والرقابة الذاتية أو التسلط على المؤسسة الإعلامية أو الحذف أو الضغط بمختلف أشكاله بقدر ما تعني التحلي بأخلاقيات المهنة وبالمهنية والاحترافية.

في أخلاقيات العمل الإعلامي يجب على القائم بالاتصال الرجوع دائما إلى المنطق وأن يسأل السؤال التالي دائما " ما هو دوره في المجتمع وما هي مسئوليته أمام قرائه ومستمعيه ومشاهديه، وما هو هدف العملية الإعلامية؟ أهو التشهير أم القذف؟ أم خدمة المصلحة العامة أم إلحاق الضرر بالآخرين، أم التضليل والتزييف والتشويه؟" أم أن رسالته في المجتمع هي رسالة نبيلة تتمثل في الكشف عن الحقيقة بكل موضوعية ونزاهة والتزام؟ فالتحلي بالأخلاق والامتثال للقانون وللصالح العام ولمواثيق الشرف من المميزات الرئيسية للعمل الإعلامي الناجح والمسؤول والهادف والملتزم.

ما يؤسفنا قوله عن واقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوطن العربي هو غياب الكثير من مستلزمات الممارسة المسؤولة والنزيهة والملتزمة، حيث نلاحظ غياب مواثيق الشرف في الكثير من المؤسسات الإعلامية وكذلك غياب الجمعيات والنقابات والاتحادات الإعلامية وإن وجدت فتكون شكلية فارغة من محتواها الحقيقي. بالإضافة إلى أن الضغوط المختلفة على المؤسسة الإعلامية وعلى الصحافي نفسه وكذلك غياب حرية الصحافة في الكثير من الأحيان وضعف القوانين والتشريعات الإعلامية – سواء ما يتعلق بالنص أو ما يتعلق بالتطبيق والممارسة–كلها عوامل تؤثر سلبا على البعد الأخلاقي في معادلة الممارسة الإعلامية. الخاسر في كل هذا هو كلمة الحق، هو الرأي العام المستنير، هو السوق الحرة للأفكار. بدون حرية رأي وحرية تعبير وحرية صحافة لا وجود للقرار الرشيد ولا للإبداع والابتكار ولا للحوار والنقاش والرأي والرأي الآخر.

وانطلاقا مما تقدم نتمنى من الأساتذة والباحثين الأفاضل في ربوع الوطن العربي وفي الجزائر المساهمة بمقالات علمية في المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام لاستقصاء واقع الصناعات الإعلامية في الوطن العربي وعلاقتها بالسلطة وبتشكيل الرأي العام وصناعة الواقع الذي قد يختلف اختلافا كبيرا مع حقيقة واقع الشعوب والأمم. فهل الخطاب الإعلامي العربي يساهم في نشر الديمقراطية ومشاركة المواطن العربي في صناعة القرار؟ أم أن المنظومة الإعلامية العربية تعمل على تكريس الأمر الواقع status Quo و"شرعنة" الأنظمة القائمة؟ أين هي الصحافة الاستقصائية وأين هي التحقيقات التي تكشف المستور وتعري واقع الفساد والاستيلاء على المال العام واستغلال النفوذ التي تمارسه حفنة من القوى السياسية والمالية ؟

أ.د/ محمد قيراط: جامعة قطر

الصورة وحرب الصورة أثناء الثورة التحريرية الجزائرية (1956– 1962)

The picture and the war of the picture during the Algerian liberation revolution during 1962-1956

د. فايزة بكار*

الملخص:

لقد استجابت "السينما الجزائرية"، لنداء جبهة التحرير الوطني، ومواكبة مسيرتها التحرّرية، لتغدو من بين الوسائل الإعلامية، التي اعتمدت عليها قيادة الثورة؛ لمواصلة الكفاح إلى تحقيق النصر.

لقد ولدت السينما الجزائرية في ظروف حرب ضروس بين قوتين غير متكافئتين، لكن رغم ذلك استطاعت أن تثبت وجودها من خلال مختلف الأعمال السينمائية الوثائقية التي قدمتها منذ سنة 1957 وإلى غاية الاستقلال سنة 1962، محققة بذلك نقلة نوعية في إنتاجاتها، من خلال تصويرها للوقائع والانتصارات، التي حقّقها "جيش التحرير الوطني"، في ساحة القتال، على الصعيد الدبلوماسي، وكذلك، إبراز التفاف الشعب الجزائري حول الثورة، وابراز الوجه الآخر لفرنسا الاستعمارية.

الكلمات المفتاحية :الصورة، السينما، الثورة الجزائرية

Abstract:

Conscious of the importance of the image and the audio-visual in the action of sensibilization and mobilization of the people for the recovery of its national sovereignty; and colonial counter-propaganda, the political leadership of the Algerian revolution, was soon to invest in this area.

Thus, and at the heart of the war of liberation, Algerian cinema debuted to promote the image of a people fighting for its emancipation and independence, through a series of films produced between 1957 and 1962 to draw the attention of international public opinion to the legitimacy of their fight

Key Words: Picture , Cinema, Algerian revolution

---

* استاذ محاضر ة بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة – الجزائر – rayanefaiza508@yahoo.com

مقدمة

منذ أن وطأ ت قدميها أرض الجزائر، جنَدت فرنسا الاستعمارية كلَ الوسائل الحربية، بما في ذلك وسائل الإعلام المختلفة والمتعددة والمسيرة من طرف كوادر مدربة ومتخصصة، لبسط هيمنتها والإبقاء على نفوذها .وقد حُرم الجزائريون بفعل السياسة الاستعمارية من حقهم الطبيعي في الحياة الكريمة، كما تعرضت حياتهم للمصادرة، لكن الشعب الجزائري بكلً مكوناته وفعآلياته الوطنية والاجتماعية والسياسية، لم يرضخ لواقع الاحتلال، ولم يستسلم للمخطط الاستعماري المطبق، بل قاوم بثبات وعزم وآمن بخيار المقاومة والتحرر من قيد الاستعمار الفرنسي منذ الوهلة الأولى.

وعندما فجر الشعب الجزائري ثورته في الفاتح من نوفمبر1954، كان على يقين بأن طريق الحرية ليس سهلا، وكان مقتنعا بأن الثورة الأصيلة لا تضع لنفسها حدا، أو تحدّد لها مجالا؛ فأهدافها متعددة متجددة، ومجالاتها شاملة منفتحة، وغايتها مرتبطة بطموحات شعب عان الويلات، وذاق المرارة لسنوات طوال، فقرّر مواجهة التحدي بالتحدي، وبكل الوسائل المتاحة لديه، قصد إسماع صوته، وتبيان الصورة الحقيقية للمستعمر الفرنسي، وبلوغ هدف ثورته المنشود.

وكان من بين هذه الوسائل السينما بصفتها وسيلة إعلامية ضرورية، كون الكفاح المسلح وحده لا يؤدي كامل النتائج المرجوة.

وهنا يطرح اشكال دراستنا عن الدور التي أدته السينما الجزائرية أثناء الثورة التحريرية في الفترة المحددة ما بين 1956- بالتحديد بعد مؤتمر الصومام-إلى غاية الاستقلال، علما أنها نشأت في ظروف حرب صعبة، إضافة إلى نقص في الوسائل والكوادر مقابل فرنسا العظمى ذات الإمكانيات الضخمة ومعدات تقنية متطورة، وكوادر بشرية محنكة، والقدرة على الإنفاق المالي الضخم لصناعة سينماتوغرافية رائدة .

ونسوغ إشكالية دراستنا على شكل السؤال الآتي:

ما هو الدور التي قامت به السينما الجزائرية أثناء الحقبة الاستعمارية، وبالتحديد، في الفترة الممتدة ما بين 1956 –1962؟

تساؤلات البحث :

1. **كيف نشأت وتطورت السينما، أثناء الثورة التحريرية الجزائرية؟**
2. **ماهي الاستراتيجية المتبعة من طرف الثورة الجزائرية للاستغلال الصورة؟**

3. ما مدى مساهمة السينما في تحقيق أهداف الثورة التحريرية الجزائرية، قصد استرجاع السيادة الوطنية المغتصبة؟

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تتبع نشأة السينما، وتطوّرها خلال الفترة الزمنية من 1956 إلى 1962، في مواجهتها للدعائية الفرنسية.

انطلاقا مما سبق، فإنّ هذه الدراسة تسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف، منها:

- معرفة ظروف نشأة السينما، ومراحل تطورها.
- معرفة الاستراتيجية المتبعة من طرف الثورة الجزائرية في توظيف الصورة.
- إبراز الدور الذي أدته هذه الوسيلة الإعلامية في مسار الثورة الجزائرية.

منهج البحث:

بما أن موضوع بحثنا ينتمي إلى الماضي، فقد أملت طبيعتُه اختيارَ المنهج الملائم لذلك، الذي يتمثّل في المنهج "التاريخي – التوثيقي"؛ وهو المنهج المستخدم في دراسة الوقائع التي هي في حكم الماضي .

المبحث الأول: نشأة السينما الجزائرية

1/ مؤتمر الصومام والسينما الجزائرية:

استجابت السينما الجزائرية، لنداء جبهة التحرير الوطني، ومواكبة مسيرتها التحرّرية، لتغدو من بين الوسائل الإعلامية، التي تعتمد عليها قيادة الثورة؛ لمواصلة الكفاح إلى تحقيق النصر.

لقد ولدت السينما الجزائرية في ظروف حرب ضروس بين قوتين غير متكافئتين (الكسان، 1982، صفحة 216)، غير أنّ بعض المصادر تُرجع ولادتها –زمنيا–إلى ما قبل الفاتح من نوفمبر 1954، بسنة تقريبا، وهو تاريخ إخراج فيلم وثائقي متميّز، عن حفّاري الآبار، يحمل عنوان: "غطّاسو الصحراء"، للجزائري الطاهر حناش. (**الرزاق، 2013، صفحة 196**).

وإذا حاولنا تحديد بالتدقيق اهتمام الثورة الجزائرية بمجال السينما، فقد كان منذ انطلاقتها، عندما اتصلت جبهة التحرير الوطني، عام 1955، بالسيد جمال شندرليChandarli ، الذي كان يشغل –حينذاك –منصب مصوّر مجلة ‘‘الأحداث الفرنسية"، وأوكلت إليه مهمّة تولي الدعاية خارج الوطن؛ لتوضيح القضية الوطنية للرأي العام الدولي.

ثم ألحّ مؤتمر "الصومام"، المنعقد في 20 أوت 1956، في أحد فصول وثيقته، التي خصّصها للإعلام، بعنوان: "وسائل العمل والدعاية"، على ضرورة تطوير الوسائل الإعلامية، التي سبق وجودها، والاهتمام بباقي الوسائل الإعلامية الأخرى، تدعيما لجهاز الإعلام والدعاية، التي يعدّ سلاحا مهمّا في الثورة، إلى جانب السلاح القتالي (**المركز الوطني للدراسات والبحث في الحركة الوطنية، 1997، صفحة 23**)

غير أن ظروف الحرب، التي أعقبت مؤتمر "الصومام"، حالت دون تحقيقه، في الحين، ذلك أنّ ردّ فعل السلطات الاستعمارية، كان عنيفا على سلسلة الانتصارات التي أحرزتها الثورة، خاصة بعد تنظيم صفوفها، ولمّ شملها، طبقا لتوصيات مؤتمر "الصومام" (**الرزاق، 2013، صفحة 193**).

وعلى الرغم من ظروف الحرب الصعبة، التي لا تسمح بإنشاء صناعة سينمائية جزائرية، وما تتطلبه من إيجاد رجال سينما محترفين، ووسائل تصوير، وعتاد سينمائي، ومخابر مستقرة لتحميض الأفلام حتى تنطلق هذه السينما من منطلق علمي مدروس؛ فلا تكون مجرد مغامرة يكون مآلها الفشل، خاضت الثورة الجزائرية التجربة .

ففي بداية عام 1957، تشكّلت أول فرقة للتصوير، أطلق عليها اسم "جماعة فريد"، تحت قيادة "مصلحة السينما"، الموإلىة للولاية الأولى، التابعة إلى "مصلحة الإعلام(**dadci, 1970, p. 31**) "، للجنة التنسيق والتنفيذ وكان يشرف عليها الشهيد عبّان رمضان، تتكوّن من ستة أعضاء، وهم محمد قنز، وعلى الجناوي، و رونيه فوتيه، وجمال شندر لي، وأحمد راشدي ، ليلتحق بهم لخضر حمينة لاحقا (**maherzi, le cinéma algerien, 1980, p. 38**)، وبعدها، تمّ فتح "مدرسة السينما"؛ لتكوين المجاهدين في هذا المجال، كان ذلك بجبال الأوراس، بنواحي "تبسة" (الشعب، 1997/11/02، صفحة 07)، وتحت إدارة رونيه فوتيه – RenéVautier، السيناريست الفرنسي، الذي التحق بالمجاهدين في أرض المعركة، إيمانا بعدالة القضية الجزائرية، وضرورة تصوير الوجه الآخر لفرنسا الاستعمارية (**خياري، 15 أفريل 1976، صفحة 51**).

أتى قرار إنشاء "المدرسة"، ضمن جملة من القرارات، التي اتخذتها "جبهة التحرير الوطني"، من خلال الاتصال بـ رونيه فوتيه من طرف مسؤول في هذه الجبهة، القائد عبّان رمضان، وتمخض الاتفاق بين الطرفين، بانضمام رونيه فوتيه إلى الجبهة، لإنشاء المدرسة، مع الاحتفاظ بالجنسية الفرنسية(**elkenz, 2003, p. 72**)

يعتبر رونيه فوتيه أول من استعمل الكاميرا لتصوير معارك "جيش التحرير الوطني" في الجبال، وكان ذلك بالولاية التاريخية الأولى "أوراس النمامشة" بتبسة، وكان – قبل ذلك – مصورا، يتابع بكاميراته الإضرابات، والاحتجاجات،

والمطالب العمالية في فرنسا، قبل أن يلتحق به سينمائيون فرنسيون آخرون، من المناضلين المقربين من الحزب الشيوعي، وعلى رأسهم بيار كليمونPierre Clément– ، وريان ماسونYann Masson – ، وسيسيل دي كوجيس Cécile de cujis–، بالإضافة إلى الدكتور بيار شولي Dr Chaulet– (**زناجي، 2014**)،وقد أثمرت هذه المرحلة من تاريخ السينما الجزائرية بإنتاج ثلاثة عشر (13) فيلما قصيرا (**وزارة الإعلام والثقافة، صفحة 10**).

ولقد كانت للدول المساندة للثورة الجزائرية مساهمتها الواضحة في المجال السينمائي، مثل "يوغسلافيا"، حيث أوفد المارشال تيتوTito كلاّ من ستيفان لا بودوفيتش، و بيكار، لتصوير الجنود الجزائريين في مواقع القتال.

كانت سنة 1959، منعرجا في تاريخ السينما الجزائرية، حيث صادف ذلك إنشاء "الحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية"، واستحداث "وزارة الأخبار"، بحيث أوكلت مهمتها للسيد أمحمد يزيد، ومن ثمّ، تأسست "مصلحة السينما" وبالذات سنة ،1960برئاسة محي الدين موساوي، تضم كل من سارج ميشالSerge michel – ، وجاك شاربيJacques charaby – ، وبيار شوليه Pierre chaulet – و كلودينClaudine–، ومحمد لخضر حمينة، ومحمد بودية، ورشيد آيت ايدير (**بجاوي، 2014، صفحة 92**) ، وقد اختيرت "تونس" مقرّا لنشاطها (**عواطف، 1985، صفحة 62**)؛ حتى يتسنى لها إنجاز أشرطة وأفلام تعكس واقع المعاناة التي يتجرّعها اللاجئون في المناطق الحدودية، بالإضافة إلى نقل أرشيف الثورة إلى "ايطإليا"، و"يوغسلافيا"، للحفاظ عليه(**الشعب، الكاميرا تعيش مع الثوار الجزائريين، 1997، صفحة 07**).وتدعيما لهذه الوسيلة الإعلامية، قامت "الحكومة المؤقتة" بإرسال مجموعة من الشباب الجزائري الراغب في مواصلة العمل السينمائي، إلى بعض الدول الاشتراكية المساندة للقضية الجزائرية، نذكر من بينهم على يحي، الذي التحق بـ "برلين الشرقية"، ولخضر حمينة، إلى "براغ"، عاصمة تشيكوسلوفاكيا، وآخرون إلى يوغسلافيا (**خياري، 15 أفريل 1976، صفحة 51**).

لقد حقّقت السينما الجزائرية الثورية؛ نقلة نوعية في إنتاجاتها، في تصويرها للوقائع، والانتصارات، التي حقّقها "جيش التحرير الوطني"، في ساحة القتال، على الصعيد الدبلوماسي، وكذلك، إبراز التفاف الشعب الجزائري حول الثورة، من خلال تقديم فيلمين سينمائيين، من إنتاج "مصلحة السينما"، التابعة للحكومة المؤقتة، اللذين تمّ عرضهما في محفل "هيئة الأمم المتحدة"، وهما: "جزائرنا"، من إخراج جماعي، و "ياسمينة"، من إخراج شندرلي، ولخضر حمينة (**المركز الوطني للدراسات والبحث في الحركة الوطنية، 1997**)

2/- استراتيجية الثورة للعمل السينمائي:

لقد شكل "مؤتمر الصومام" 1956، محطة ومرحلة حاسمة في تاريخ الثورة الجزائرية، ذلك أنه مثل الخطوة الأولى في مسار التقويم الثوري. ومكّن الثورة من التزود ببنى تنظيمية ومؤسساتية لأول مرَة منذ الفاتح من نوفمبر 1954. كما وسع وفصل في المبادئ والأهداف ووسائل العمل التي أجملها بيان الثورة الأول ووثيقتها الإعلامية حسب الباحث أحمد حمدي والتي من بينها الوسائل الإعلامية والدعائية بما في ذلك الصورة متمثلة في السينما .

أدركت قيادة الثورة أهمية الصورة في المعركة، فانبرى مناضلون يضطلعون بمهمّة دعم هذا المكسب الوطني نذكر من بينهم عبّان رمضان، الباعث الرئيسي لهذه الاستراتيجية ، التي تكمن في استعمال الوسائل السمعية – البصرية، إلى جانب الأسلحة في المعركة، ولا يمكن تجاهل دور محمد بوضياف، في اهتمامه بالسينما، بين سنتي 1956-1957، باستقباله أول مجموعة من المصورين التلفزيونيين من الولايات المتحدة الأمريكية، لتصوير معارك ثورة التحرير، من محطة"CBS" ، وتمّ إدخالهم إلى جبال "وهران"، وبثّ عملهم قبيل انعقاد "الجمعية العامة للأمم المتحدة"، سنة 1957.

إنّ استراتيجية العمل الإعلامي، الذي قادته جبهة التحرير الوطني، في المجال البصري، هو –قبل كلّ شيء –جمع الصور الفوتوغرافية، والمشاهد المصورة، بهدف تلبية الطلب المتزايد للمجلات المصورة، وشبكات التلفزيونات، التي تحتل فيها خدمات الأخبار حيزا كبيرا، في تلك الفترة، من منتصف خمسينيات القرن الماضي. لقد أعطت تلك المجهودات ثمارها منذ الأشهر الأولى للكفاح المسلح، وخاصة، عندما تمّ إنجاز الأفلام المذكورة، وغيرها من التحقيقات حول ثورة الجزائر من أطراف أمريكية، وتوزيعها في كبريات القنوات التلفزيونية، في الولايات المتحدة، وفي أمريكا اللاتينية. وبدأ الرأي العام الغربي –شيئا فشيئا –يعرف حقيقة ما يجري في الجزائر، ويكتشف حقيقة الإعلام الفرنسي المزيّف للحقائق، والوقائع (**بجاوي، 2014، الصفحات 96-97**).

منذ سنة 1956، أدت الصورة دورا حاسما في الترويج الإعلامي للحرب المشتعلة بين طرفين غير متكافئتين، وبذلك نجحت جبهة التحرير الوطني في إدماج سينمائيين مناضلين، من بينهم عدد من الفرنسيين، لإرسال صورة عصرية عن المطامح الثورية للشعب الجزائري .

أعطيت الأولوية المطلقة، خلال مرحلة الكفاح من أجل الاستقلال، لجمع المشاهد المصوّرة، كهدف حيوي، يتمثل في تزويد صحافي العالم بصور، ومشاهد تُظهر شعبا مجندا يسعى إلى الحصول على حريته. ومن هنا، فإنّ ملتقطي

الصور، الملتزمين مع جبهة التحرير الوطني، كانوا في مجملهم من المصورين التلفزيونيين، أكثر منهم سينمائيين، بالمفهوم الذي أعطي لهم بعد نهاية الحرب.

وتعتبر "جبهة التحرير الوطني" هؤلاء الملتقطين للصورة، جنودا حقيقيين، مهمتهم تقديم وثائق مصورة، تتولى خلية السينما تحميضها، وسحبها، ثمّ تركيبها، وفقا للاحتياجات الثورة، ومتطلبات المرحلة. لذلك، نجد مشاهد متطابقة، لعمليات عسكرية، تم تصويرها بأيدي جزائريين، تخضع لعمليات تركيب مغايرة، الأمر الذي أدى إلى ظهور أصوات، من الذين شاركوا في التقاط صور حرب التحرير، وتصوير مشاهدها، تطالب بأحقيّتها في التصوير، واختلفت حول "أبوية" بعض الأفلام القصيرة، التي تمّ تركيبها أو مزج مادتها مع ما امتلكه جهاز السينما الجزائري، في تلك الفترة –دعما للقضية الجزائرية –وعرضها في محافل هيئة الأمم المتحدة. لكن ما هو أكيد أن مختلف المشاهد المصورة كانت بدعم من جبهة التحرير الوطني، وتعود بصورة كاملة إلى "خلية السينما"، التابعة للحكومة الجزائرية المؤقتة (**بجاوي، 2014، صفحة 99**).

المبحث الثاني: الثورة التحريرية في الأفلام الثورية:

على الرغم من مضايقات السلطات الفرنسية على "مدرسة السينما" بعد مرور سنتين من عمرها، والنقص في التكوين، والتجهيز، ممّا حمل الحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية على استدعاء الفريق السينمائي إلى تونس، وإلحاقه، بين سنتي 1959 و1960، بمصلحة السينما، بوزارة الأخبار، تحت اسم "مصلحة السينما الوطنية"–، يمكننا القول ان إرادة طلاب "المدرسة" الجزائريين تفوقت على الإدارة الاستعمارية، حيث قام الفريق العامل بإنجازات، أحدثت صداها المرجو على المستوى الدولي. هكذا بدأت السينما الجزائرية بعفوية في الجبال، حيث كانت انطلاقتها من الواقع، بإنجازه أفلام قصيرة بغرض الدعاية السياسية.عكفت المصلحة، خلال تلك الفترة على جمع الأرشيف الخاص بجيش التحرير الوطني، والحرص على حمايته من الأيادي الفرنسية، من خلال تهريبه إلى يوغسلافيا، وايطإلىا، كما عملت على تكوين الشباب الجزائري، في الدول المساندة، حتى يتمكن من الاطلاع على آخر التقنيات السينمائية، وتوظيفها في خدمة الثورة التحريرية الجزائرية، وفي هذه المرحلة، يظهر اسم لخضر حمينة، وأحمد راشدي، اللذان أخرجا مجموعة من الأفلام الوثائقية .(**elkenz 2003, p. 82**)،وواصل الطلاب نضالهم بالصورة إلى آخر لحظة الاستقلال، محاولين نقل وقائع الجزائر المحتلة، وإيصال صوت الثورة إلى أبعد الحدود، وسنقدم، في هذا المبحث، الأفلام التي تم إنتاجها أثناء الثورة التحريرية.

1/- أفلام وثائقية بكاميرات أجنبية مساندة ومشتركة (أجنبية –جزائرية)

1-1/- مدرسة السينما:L'école de cinéma –

فيلم وثائقي قصير، أنتج سنة 1957، من إخراج رونيه فوتيه، باللغة الفرنسية. يُعرف هذا الفيلم بـ "مدرسة التكوين السينمائي"، التي أنشأتها "جبهة التحرير الوطني"، في جبال الولاية التاريخية الأولى، التي أوكلت إليها مهمّة تكوين سينمائيين شباب، سلاحهم الكاميرا، في حربهم ضد المستعمر الفرنسي.

2-1/- الجزائر أمة:Une nation l'Algerie –

فيلم وثائقي آخر من إخراج رونيه فوتيه، أنتج سنة1957. حاول المخرج – من خلاله – التأكيد على أن الجزائر تختلف كلّ الاختلاف عن فرنسا من حيث التاريخ، والجغرافيا، واللغة، والثقافة، والحضارة.

3-1/- الجزائر تلتهب:L'algerie en flammes –

فيلم وثائقي مدته 23 دقيقة، بالألوان، أنتج سنة 1958، باللغة الفرنسية، من إخراج رونيه فوتيه دائما بمساهمة جمهورية ألمانيا الديمقراطيةD.E.F)) ، أين تمّ تركيب الفيلم، وتحميض صوره في برلين، ووزّعت من الفيلم مئات النسخ، كما عرض في العديد من دول العالم أولها مصر.

يعرض الفيلم واقع الثورة الجزائرية، من منظور جزائري، وما ترتكبه فرنسا من جرائم في حق الشعب الجزائري، وصوّر الجزء الأكبر منه في الجزائر العاصمة، وذلك بين سنتي 1956-1957 (**وزناجي، 2014، ص 53-54**).

4-1/- اللاجئون :Les réfugiés –

باللغتين الفرنسية، والإنجليزية، أنتجته "مصلحة السينما"، التابعة لجبهة التحرير الوطني، وبمساعدة "شبكة جونسون". أخرجه سيسيل دي كوجيس، بالأبيض والأسود، ومدته 15 دقيقة .

الفيلم عبارة عن شهادة، تكشف المعاناة اليومية، التي عاشها الجزائريون على الحدود الشرقية للوطن، كما يصوّر عملية تهجير هؤلاء السكان نحو المحتشدات، الواقعة على الحدود الجزائرية التونسية، ومعاناتهم على تلك الأراضي (**بجاوي، 2014، صفحة 99**).

1-5/- ساقية سيدي يوسف: Sakiet sidi youssef –

فيلم وثائقي، باللغتين الفرنسية والانجليزية، أنتجته "مصلحة السينما"، سنة 1958، وكان بالأسود والأبيض، ومدته 15 دقيقة، وهو من تصوير، وإخراج بيار كليمون (**وزناجي، 2014، صفحة 59**).

أزعج هذا الفيلم السلطات الفرنسية كثيرا، باستعراضه للجريمة التي اقترفتها فرنسا في حق سكان قرية سيدي يوسف التونسية، الواقعة على الحدود الجزائرية التونسية، و يعدّ بذلك شهادة حيَة على وحشية الاستعمار الفرنسي، وقد كان له صدى عميق، في إثارته الرأي العام الدولي ضد فرنسا الاستعمارية، التي لم تكترث بالقانون الدولي.

1-6/- جيش التحرير الوطني في الكفاح: L'ALN en combat –

فيلم قصير وثائقي، أنتج سنة 1958باللغة الفرنسية من إخراج بيار كليمون، يظهر مشاهد من نضال وكفاح جيش التحرير الوطني في الجبال. تعرض مخرجه للأسر من طرف جنود الاحتلال الفرنسي أثناء اشتباكهم مع كتيبة من جيش التحرير الوطني، وهو يحمل الكاميرا في يده وتم سجنه في ذات السنة لمدة عشرة سنوات بفرنسا، ليفرج عنه بعد استرجاع الجزائر لاستقلالها.

1-7/- عندي ثمان سنوات : j'ai huit ans –

فيلم قصير، أساس مادته رسومات أطفال جزائريين، مصدومين من آثار الحرب، التي يعيشون في قلبها، أنتج سنة 1961، من تصوير يان ماسون، وأولغا ماسون. المادة الأولية للفيلم، التي وفرها السينمائي رونيه فوتيه، أعدّها أطفال أثناء حصص للعلاج، يشرف على تنظيمها فرق الطبيب فرانز فانون .

تمّ منع الفيلم سنة 1961، لكن هذا لم يكن حاجزا لعرضه بصورة سرية، وقد اكتشفه الجمهور الفرنسي في باريس، في العاشر فيفري (10) من سنة 1962، قبيل الاستقلال بعدة أشهر .

1/8/خمسة رجال وشعب : Cinq hommes et un peuple –

فيلم وثائقي، أنتج سنة 1962 بالألوان، من قبل "مصلحة السينما" للحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية، كانت مدّته 43 دقيقة، من إخراج رونيه فوتيه. تابعت الكاميرا، من خلال هذا العمل، الخطوات الأولى لخمسة من القادة التاريخيين، بعد إخلاء سراحهم من معتقل "قصر أولنوي"، بفرنسا، بعد حبسهم خمس سنوات. ويخص الأمر بـ أحمد بن بلة، ومحمد بوضياف، ورابح بيطاط، وحسين آيت أحمد، ومحمد الخيضر.

1-9/- جزائرنا :

أنتج هذا الشريط الوثائقي سنة 1961 من قبل مصلحة السينما التابعة للحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية، بالأسود والأبيض مدَته 25 دقيقة، باللغة العربية وشارك في إخراجه كل من الدكتور بيار شولي، وروني فوتيه، وجمال شندرلي ومحمد لخضر حمينة. الفيلم يكشف عن الدوافع الحقيقية لاندلاع الثورة التحريرية، ويهدف إلى تعريف العالم بطبيعة الكفاح، وهو بذلك موجه للوفود الأجنبية في الأمم المتحدة، ورؤية فكرية تستبعد مفهوم المؤلف الوحيد، كتب نصه محي الدين موساوي، وبيار شولي، في حين تولى حسن بلحاج تنسيق الإنتاج، وأشرف مصطفى كاتب على الجانب الموسيقي للفيلم؛ ليتم تحميضه، وتركيبه في بلغراد. تم عرض الفيلم في نيويورك على هامش الجمعية العامة للأمم المتحدة، قدم صورا، ومشاهد لجيش منضبط، ومنظم بعيدا عن صور الفلاقة، التي تغذيها الدعاية الفرنسية (**وزناجي، 2014، ص 92-93**).

2/- أفلام وثائقية بكاميرات جزائرية:

2-1/- الهجوم على مناجم الونزة L'attaque des mines de l'ouenza - :

فيلم وثائقي من إخراج طلبة المدرسة، أنتج سنة 1957، بالأسود والأبيض، وباللغتين: الفرنسية، والإنجليزية، كانت مدته ست دقائق. هذا الفيلم عبارة عن تقديم مختصر لإحدى العمليات المسلحة الناجحة، التي نفذها جيش التحرير الوطني، والتي استهدفت المركز الاقتصادي لـ الونزة، أهم منجم للحديد والصلب في الجزائر – آنذاك.-

2-2/- ممرضات جيش التحرير الوطني: Les infirmières de l'ALN -

فيلم وثائقي، أخرجه طلبة المدرسة، أنتج سنة 1957، بالأسود والأبيض، وباللغة الفرنسية، مدته ستة دقائق. يعد هذا الفيلم أول شهادة حول دور المرأة في الكفاح المسلح ضد المستعمر الفرنسي، من خلال التعريف بدور الممرضات الجزائريات في الثورة، اللائي كنّ إلى جانب الرجل في العمل المسلح. وقد تمّ بث هذا الفيلم في تلفزيونات البلدان الاشتراكية، أوّلها تلفزيون جمهورية ألمانيا الديمقراطية (**بجاوي، 2014، صفحة 74**).

2-3/- بنادق الحرية: Les fusils de la liberté –

فيلم وثائقي، أُنتج سنة 1961، من قبل "مصلحة السينما" التابعة للحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية، بالألوان، وباللغة الفرنسية، مدّته 20 دقيقة، من إخراج جمال شندرلي، ومحمد لخضر حمينة، والسيناريو لـ سارج ميشال.

يعتبر النقاد أنّ فيلم "بنادق الحرية" تكملة لفيلم "جزائرنا"، تروي أحداثه الصعوبات، التي تواجهها فرقة من "جيش التحرير الوطني"، مكلفة بنقل الأسلحة، والذخيرة من تونس، عبر الصحراء الجزائرية، التي تعتبر منطقة محورية في نقل، وتمرير الأسلحة، رحلة صعبة جدا جعل مهمتها محفوفة بالمخاطر.

2-4/- صوت الشعب: La voix du peuple –

فيلم وثائقي روائي، بالأسود والأبيض، من إخراج جمال شندرلي، ومحمد لخضر حمينة، أنتجته "مصلحة السينما"، التابعة للحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية سنة 1961، مدته 26 دقيقة.

2-5/- ياسمينة: Yasmina –

فيلم بالأسود والأبيض، أنتجته "مصلحة السينما"، سنة 1961 ومدّته 20 دقيقة، من إخراج جمال شندرلي، ولخضر حمينة.

و"ياسمينة"، التي يعالج الفيلم قصة حياتها، تبلغ من العمر ست سنوات – فقط –، لكنها تحدّت واقعها المرير، وتحمّلت الجوع، والخوف (**وزناجي، 2014، ص 62**). إنّها الطفلة التي ترمز إلى الآلاف من الأطفال الجزائريين، الذين حولتهم ظروف الحرب إلى لاجئين في الحدود الجزائرية الشرقية، مضطرين إلى ترك منازلهم، وأراضيهم.

إنّ هذا الفيلم الوثائقي، الذي أعدّ نصه، وقرأه سيرج ميشال، من شأنه أن يلفت نظر الرأي العام الدولي إلى الوضع الناجم عن الحرب، وما ترتب عنه من ترحيل قسري للسكان، ووضعهم في محتشدات عسكرية، حيث يعد هذا الفيلم الأولَ من نوعه، في تاريخ السينما الجزائرية، فيلم واقعي موجّه لتحريك مشاعر المتفرجين الغربيين؛ من أجل بسط فكرة سلب وطن بالقوة.

وحسب رأي المجاهد المرحوم محمد يزيد؛ وزير الإعلام في الحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية، فإن فيلم "جزائرنا" يخاطب العقل بينما فيلم "ياسمينة" يخاطب القلب والجوارح (**بجاوي، 2014، ص 94**).

وعلى الرغم من الإمكانات الفنية، والتقنية المحدودة، والظروف الصعبة، التي رافقت ميلاد "السينما الجزائرية"، في سنة 1960، التي تعدّ – بحقّ – المنطلق الحقيقي لبداية تصوير الأشرطة عن الثورة التحريرية، فإنّ أول الأشرطة التي أنجزتها، قد تجاوزت هذا الواقع، وأثبتت وجودها الفعلي. فهناك أفلام قصيرة كانت تصوّر الواقع بدون أي تزييف، أو مبالغة، أو تشويه(**maherzi, 1980, p. 64**) ، كما كانت تقدم صور حقيقية عن الحرب، التي يدور رحاها في الجزائر، تظهر – من خلالها – بشاعة هذه الحرب، وتمجّد الشهداء وتشيد بالمجاهدين، وكلّ من دافع، أو ضحى لأجل هذه الثورة.(**Boudjedra, 1971, p. 14**)

يذكر أنّ مجموع الأفلام، التي تم إنتاجها أثناء الثورة التحريرية، والتي تحسب للسينما الجزائرية، لم تكن ردًّا على المنتوج السينمائي الاستعماري الفرنسي، نظرًا للفرق الشاسع، في الوسائل المادية والبشرية، بل هي – ببساطة – سينما ملتزمة، ثورية، استمدت نجاحها من القضايا التي عالجتها، فجعلت العديد من شعوب العالم تنظر إليها نظرة إعجاب وتقدير .

من خلال هذا العرض، يمكن أن نتبيّن قوة مواكبة السينما الجزائرية لحرب التحرير الوطنية، و دور جهاز "مصلحة السينما" الناشئة، وطموح طلبتها الفتيان إلى امتلاك صناعة سينمائية، يسهم فيها سلاح الكاميرا، والصورة إلى جانب سلاح الرشاش، والرصاص، دون إغفال عمق المساندة الأجنبية التي قدمها أحرار العالم، وخاصة أولئك السينمائيون الفرنسيون الشيوعيون المحترفون، الذين استطاعوا أن ينقلوا إلى الرأي العام الفرنسي، ثم الأوروبي – وهي شهادة شاهد من قومهم — بالصوت والصورة، ما كان يحدث بالجزائر على وجه الحقيقة .

المبحث الثالث: رواد السينما الجزائرية

كانت السينما الجزائرية إحدى المعطيات، التي أفرزتها حرب التحرير، ولقد استشهد مجموعة من المجاهدين، الذين كان سلاحهم الكاميرا، ومن هؤلاء: فاضل معمر زيتوني، وعثمان مرابط، ومراد بن رايس، وصلاح الدين السنوسي، وفرذلي الغوتي مختار، وعبد القادر حسينة، وسليمان بن سمَان، وعلى جنادي (**الكسان، 1982، صفحة 216**).

التحق هؤلاء الرجال بـ "مدرسة السينما"، التابعة لجبهة التحرير الوطني، سنة 1957، رغم الصعوبات التي كانت تعترض طريقهم، ولم تكن قلّة الإمكانات، وظروف الحرب، حائلا لتوصيل الحقائق للعالم؛ عن حقيقة فرنسا الاستعمارية، التي عملت – طويلا – على إخفائها، كان فريقا يعي مقدار المسؤولية الملقاة على عاتقه، فهو مكلّف بنقل الصور الحية من جهة، والاحتماء من العدو، الذي لم يكن يميز بين حامل السلاح، وحامل الكاميرا، خاصة،

وأنّ فرنسا حرصت كلّ الحرص على عدم وصول هذه الصور، الملتقطة من الواقع، للعالم (**elkenz**, **2003**, **p**. **80**).

استطاع المصورون السينمائيون الأوائل أن يزودوا أرشيف السينما الجزائرية بعشرات الأشرطة الإخبارية والتسجيلية، التي تعتبر – اليوم – وثائق تاريخية ذات أهمية كبرى، مع التأكيد أن الظروف والمناخ الذي كان سائدا – آنذاك – لم يكن ليسمح بظهور سينما بأتمّ معنى الكلمة؛ لأننا ندرك أنّ الأفلام، التي صورت في الفترة الممتدة ما بين سنة 1957، وسنة 1962، لا تمثل أعمالا فنية؛ إذ لا الوسائل البشرية، ولا الوسائل الفنية، تستطيع سدّ حاجيات الفيلم (**moudjahid**, **03/11/1981**, **p**. **20**).

ويمكن رصد هذه الحركية السينمائية– باعتبار النشأة التاريخية، ومن ثمّ،الرواد الذين صنعها– من خلال مسارين: مسار ظهر فيه دور السينمائيين الأجانب، المتعاطفين مع القضية الجزائرية، ومسار كشف عن جيل من الفنانين السينمائيين الجزائريين، كانوا ثمرة هذا الاحتكاك مع الخبرات الأجنبية، وهذا التعاون النضالي .

1/– الرواد الغربيون (المتعاطفون مع الثورة الجزائرية)

1–1/– رونيه فوتيه: René Vautier

يرتبط اسم السينمائي رونيه فوتيه بميلاد السينما الجزائرية؛ فقد وصل إلى "تونس"، في أواخر 1956، وبداية 1957، بطلب من الحكومة التونسية، من أجل تصوير أفلام عن الجمهورية التونسية المستقلة حديثا. واتفق مع عبّان رمضان، أحد قادة الثورة التحريرية، ابتداء من سبتمبر 1957، لتكوين فنيين جزائريين في الجبال، لتضاف الصورة، بذلك، كلون من ألوان الكفاح ضد المستعمر الفرنسي.

قام رونيه فوتيه بأول تصوير لمشاهد للكفاح في **"أوراس النمامشة"، تمثل في "فيلم وثائقي"، بعنوان: "الجزائر تلتهب" L'Algérie en flammes – ، تمّ تركيبه في جمهورية "ألمانيا الديمقراطية."**

لقد كان رونيه فوتيه من الأوائل الذين عملوا لمصلحة الجزائر، من خلال إنتاجه عدّة أفلام سينمائية قصيرة، تناهض الاستعمار الفرنسي، وترافع لصالح استقلال الجزائر، ومن أعماله: "أمة الجزائر"، و"الجزائر تشتعل"، و"ممرضات جيش التحرير الوطني"، و"صور معركة"، و"قطار ونزة ."

وما يعرف عن الرجل شجاعته التي يتميز بها؛ فهو من السينمائيين، الذين كانوا على استعداد لتحمل مخاطر كبيرة من أجل التقاط الصور، وفي أحد تصريحاته، أكّد رونيه فوتيه، ردًّا على فرانسوا ميتران François – Mitterrand،وزير الداخلية الفرنسية – أنذاك –: "إذا كانت الجزائر هي فرنسا، فإن الجزائريين لهم الحق، كفرنسيين، في أن يشرحوا لماذا يشعرون بالاختلاف، وإنّني أملك الحق في الذهاب بالكاميرا؛ لطرح بعض الأسئلة على هؤلاء الفرنسيين، الذين لا يرغبون أن يكونوا فرنسيين على الإطلاق" (**بجاوي، 2014، ص ص 69–77**)

2-1/– بيار كليمون : Pierre Clément

التحق بتونس بطلب من رونيه فوتيه، سنة 1958، حيث يصفه رضا مالك، بـ:"الرجل الصارم"، و"الرجل المثير للإعجاب"، و"الرجل النزيه المقتدر". ويضيف رضا مالك بأن هذا الرجل قد وجد نفسه قريبا جدا من الجزائريين، بفضل خصاله الإنسانية، كما أنّه ربط علاقات ودية مع مسؤولين من جبهة التحرير الوطني، على غرار المجاهد أحمد بومنجل .

آمن بيار كليمون بعدالة قضية شعب لا ينتمي إليه، ولمساعدته، رمى نفسه في جحيم حرب ملتهبة، لم يبال فيها بخطورة الوضع، من أجل التقاط صور حقيقية من قلب الحدث، وقد كلّفه ذلك: الإصابة بجروح، والوقوع في يد المحتل، والكاميرا في يده .

كان إلقاء القبض عله، في سبتمبر، من سنة 1958، حين توجه رفقة تركي زغلول، و أحمد ظهراوي نحو الجزائر، حيث اجتاز الرجال الثلاثة "خط موريس"، شرقا، وقاموا بتصوير العديد من المشاهد، واللقطات؛ أرسلوها إلى "تونس" على ظهور البغال، لكن الحظ لم يكن حليفهم، ففي اشتباك بين جنود "جيش التحرير الوطني"، وقوات الاحتلال، تمّ إلقاء القبض على تركي زغلول، وبيار كليمون، في الثالث من أكتوبر، بالقرب من "بونة"، عنابة حاليا، ولم يفلت الرجلان من تعذيب قوات الاحتلال قبل أن تحكم علهما "المحكمة العسكرية"، في الثالث والعشرين من ديسمبر، بتهمة المساس بالأمن الخارجي للدولة، الأول بعشر سنوات سجنا، والثاني بخمس سنوات، في وقت الذي تمكّن فيه أحمد الظهراوي من الإفلات، رغم إصابته بجروح أثناء الاشتباك، واستفاد — لاحقا — من تكوين في التصوير، بجمهورية ألمانيا الديمقراطية .

أنجز بيار كليمون عدّة أشرطة مصوّرة (عشرين شريطا)، تمّ إرسالها، على ظهر البغال، نحو "تونس"؛ ليتمّ إرسالها إلى "يوغسلافيا"، وذلك قبل توقيفه .

كان بيار كليمون مناصرا للثورة الجزائرية، مدافعا عنها، وظّف خبرته السينمائية في تحقيق أهداف الثورة الجزائرية، من خلال التقاطه أهمّ الصور الواقعية لما كان يجري في الجزائر، من تعذيب وحشي، وإبادة جماعية، بالإضافة إلى صور الحصار البغيض الممارس على الشعب الجزائري، ومشاهد الأسلاك الشائكة الكهربائية، واستعمال قنابل "النابالم"، المحرمة دوليا. ولم يطلق سراح بيار كليمون إلاّ بعد استقلال الجزائر، وتحديدا في الثامن أكتوبر من سنة 1962 .

1-3/- يان لو ماسون: Yann le Masson –

يعد يان لو ماسون من بين الفرنسيين الذين ثاروا ضد ما شاهدوه، وعايشوه بالجزائر، عندما كان عضوا في الجيش الفرنسي، ممّا جعله ينتقل إلى الضفة الأخرى، ويجعل من "كاميرا"، سلاحا آخر، لمساعدة الشعب الجزائري وفضح دور الجيش الفرنسي في هذه الحرب .

لقد ساند يان لو ماسون القضية الجزائرية، وقرّر خدمتها، ومن هنا، جاءته فكرة إعداد فيلم يعتمد على "رسومات أطفال ضحايا الصدمات"، ذات الصلة بالاحتلال الفرنسي، وأعماله الشنيعة الهمجية، من: قصف قرى شعب أعزل، وتقتيل أبرياء؛ ذنبهم عدم الانصياع .

لقد حقّق يان لو ماسون مشروعه المناهض للاستعمار، بمساعدة زوجته اولغا بولياكوف Olga Poliakof – ، وبمساعدة رونيه فوتيه، الذي وفرّ له رسومات الأطفال الجزائريين. الفيلم كان ممنوعا من البثّ، عند الانتهاء منه، عام 1961، وإلى غاية 1972، لكن هذا لم يمنع من عرضه سرّا، وتعرّضه للحجز .

1-4/- سيسيل ديكوجيس : – Cécile Decugis

كلّف وقوف سيسيل ديكوجيس إلى جانب الثورة الجزائرية السجن، حيث قامت بتأجير شقة بـ "باريس"، من أجل تمكين مناضلين من "اتحادية فرنسا لجبهة التحرير الوطني"، من عقد اجتماعاتهم بها. وقد تمّ توقيفها في الثاني من أوت سنة 1958، ومحاكمتها في مارس 1960 .

أنجزت سيسيل ديكوجيس فيلما وثائقيا من 16 دقيقة، اسمه "اللاجئون"، سنة 1957. ويعدّ من أولى الأفلام، التي يقصد منها التعريف بالقضية الجزائرية، ومساندة استقلال الجزائر، وهو من إنتاج التونسي هادي بن خليفة، وقد تمّ عرضه، على هامش "الجمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة"؛ بهدف التنديد بعملية إجلاء السكان، وإرغامهم عن

التخلّي عن ممتلكاتهم، وتهجيرهم – قهرا –، بعد إقامة خط "موريس". لكن، لسوء الحظ، اختفى التعليق المرفق بالنسخة الأصلية، بصورة كاملة .

1-5/- ستيفان لابودفيتش، زدرافكو بيكار وكارل غاس Stevan Labudovic, Zadravko–Pecar, Karl Gass :

عايش ستيفان لابودفيتش القضية الجزائرية، من خلال تغطيته لندوة "بريوني"Brioni – ، بـ "يوغسلافيا"، في جويلية 1956، التي نظمها جوزيف بروس تيتو – Josip Broz Tito، وحضرها وفد من "جبهة التحرير الوطني ."

كان ستيفان لابودفيتش ملتزما –كليّا – مع جيش التحرير الوطني، حيث قام، في الفترة الممتدة ما بين سنة 1959، وإلى غاية 1962، بتصوير مشاهد لجيش التحرير الوطني، وكان عون اتصال مع المخابر إليوغسلافية، حيث ما تزال الأفلام السلبية لتلك الفترة مخزونة.

في تلك الفترة، قدم زدرافكو بيكار إلى تونس؛ ليعيش مع الثوار الجزائريين سنة كاملة، انطلاقا من 1957، وأسهمت تحقيقاته في تجنيد الرأي العام إليوغسلافي، لفائدة حركة التحرير الجزائرية، وجعل "يوغسلافيا" حليفا، وقاعدة خلفية. إذ أغلب الأشرطة الفيلمية، كانت تحمّض، ويتم تركيبها في "بلغراد"

للإشارة كانت يوغسلافيا بلدا أوربيا حليفا للثورة الجزائرية، لقد تمّ التوقيع على اتفاق للتعاون التقني، حول التكوين السينماتوغرافي على الحدود الجزائرية التونسية، بينها وبين الحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية، وكان ستيفان لابودفيتش، في حينها، يقود فريقا من المكونين، لتأطير الشباب المتربص، الذي انتقته "المحافظة السياسية" لجيش التحرير الوطني، وكان الهدف من هذا الاتفاق: توفير تقنيين لقيامهم بعملية التصوير في الجبال، وتحضير إطارات للسينما عند استقلال الجزائر .

وضمن هذه الاستراتيجية، تمّ إرسال سينمائيين من الشباب الجزائري إلى مدارس للتكوين السينمائي في "براغ"، و"برلين"، أمثال جمال شندرلي، ولخضر حمينة، وعلى يحي .

6-1/- جاك شاربي :Jacques Charby -

أحد الوجوه الثقافية، التي طبعت الحركة الثقافية المناهضة للاستعمار الفرنسي. انخرط في شبكة "جونسون"، ابتداءً من 1958، وألقي عليهالقبض في 1960، وتمّ استنطاقه لمدة ثلاثة أيام، ثمّ أدخل السجن، لكنه فرّ منه، في نهاية 1960، والتحق بجبهة التحرير الوطني بـ "تونس"، ولم يسمح له بالعودة إلى فرنسا إلا في سنة 1966..

أصبح جاك شاربي مساعدا مقربا من محي الدين موساوي، في "خلية السينما"، التابعة لوزارة الإعلام للحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية، وقد ناضل إلى جانب فرانز فانون، وبيار كلودين، وبيار شولي بكلّ حماس، وإنسانية، لصالح الثورة الجزائرية. (**بجاوي، 2014، الصفحات 86-90**)

لقد آمن هؤلاء الأصدقاء الأجانب بعدالة قضية شعب بأكمله، تعرض للتعذيب، والتنكيل، والإبادة الجماعية، قاوم بصبر، وإيمان من أجل افتكاك حريته المسلوبة، والعيش في كنف الكرامة مثل بقية شعوب العالم، متحملا، في سبيل ذلك، كلّ الإجراءات القمعية، والعمليات الانتقامية، وأساليب الفتك والدمار، التي استعملها الاستعمار الفرنسي.

2/- الرواد الجزائريون (ثمرة مدرسة السينما الجزائرية(

ومن رواد السينما الجزائرية، أسماء جزائرية، إلى جانب نخبة من الأسماء الأجنبية، التي قدمت خدماتها، وخبرتها، في المجال السينمائي للثورة الجزائرية، ومن أهم هذه الأسماء :

1-2/- جمال شندرلي :Djamel Chanderli -

يمكن اعتبار جمال شندرلي، رائد، ومؤسس "الفيلم الجزائري الثوري" حسب الدكتور (أحمد بجاوي)؛ حيث قدم لجيش التحرير الوطني النواة الأولى لخدمة التصوير الفوتوغرافي، ثمّ السينمائي في تونس (**بجاوي، 2014، صفحة 66**). وتمّ الاتصال بـجمال شندرلي، من قبل صالح الوانشي.

لقد كان لـ جمال شندرلي، باع طويل في مهنة التصوير السينمائي، حيث سبق له أن شارك إلى جانب طاهر حناش، في إنتاج "غواصو الصحراء"، واستمر في العمل كمصور سينمائي، ومصور حرّ، لحساب الوكالات، وخصوصا منها وكالة الأحداث المصوّرة الفرنسية.

غطى جمال شندرلي، من سنة 1955، إلى أوت من سنة 1956، عددا من الأحداث المتصلة بحرب التحرير الوطني، من بينها جنازة الدكتور بن زرجب، الذي تعرض للتعذيب حتى الموت على يد الجيش الفرنسي بـ "تلمسان"، كما

غطى المظاهرات التي أعقبتها في جانفي، من سنة 1956، وصور "المذابح"، التي ارتكبها المدنيون الأوربيون، بمخرج مقبرة "بإلسطرو"، حيث تمّ دفن الكثير من الجنود الجزائريين، وكاد السينمائي جمال شندرلي، أن يتعرّض للقتل، بعدما تمتّ مصادرة أفلامه من قبل جيش الاحتلال الفرنسي.

يعد جمال شندرلي من الأوائل المنخرطين في "مصلحة السينما، والتصوير"، التي تمّ إنشاؤها في سبتمبر 1956، في "تونس"، وكان له مخبر للصور داخل مطبخ مجهز بأدوات تحميض الصور، في شقّة له بأحد شوارع "تونس"، وذلك تحت إشراف رؤساء قاعدة تونس، وهم السيدان إبراهيم مزهودي، وعمار بن عودة.

وفي سنة 1957، كلفه عبد الحفيظ بوصوف بتصوير عمليات التدريب لجيش التحرير الوطني، في القواعد الموجودة بين "وجدة"، والقاعدة الخلفية "ابن مهيدي"، الواقعة على الحدود الجزائرية المغربية بوسائله الخاصة.

وفي جوان 1960، التحق جمال شندرلي بالجبال الداخلية للولاية الخامسة، والمنطقة الثامنة، حيث أنجز عدة تحقيقات مصورة في الجبال الغربية، وقد سلم الأرشيف، والصور، والأفلام الخاصة بالولاية، إلى مسؤولي هيئة الأركان العامة، بقيادة هواري بومدين .

وفي ديسمبر من سنة 1956، التحق السينمائي جمال شندرلي بجبال الولاية الثانية، وعلى ذراعيه كاميرتين اثنتين؛ ليلتقط أولى الصور الجزائرية للثورة، التي تم استغلالها – لاحقا – في الفيلم الوثائقي "جزائرنا."

وفي أوائل 1957، قام جمال شندرلي بتصوير عدة تحقيقات حول عمليات القصف، وحياة الجنود، ودعم السكان لحرب التحرير الوطني؛ من خلال تزويد المجاهدين بالتموين، وإيوائهم، وذلك في جبال الولاية الثانية، كما زوّده "جيش التحرير الوطني" بأفلام خام؛ ليتكفّل بتحميضها.

وفي 1958، قام، عن طريق الصدفة، بتصوير عملية قصف بـ "النابالم"، في منطقة "الميلية"، بالشمال القسنطيني. ونظرا لأهمية تلك الصور، قرر العودة إلى تونس؛ لإرسالها تلك إلى أخيه عبد القادر شندرلي، بالأمم المتحدة، من أجل تحميضها، واستغلالها في فضح بطش الاستعمار الفرنسي بالجزائر، واستعماله للأسلحة الممنوعة.

قام جمال شندرلي– أيضا – بتصوير عملية التزويد بالأسلحة، من القاعدة الشرقية، وقد وجد في ذلك فرصة لإضافة مشاهد جديدة لموضوع حول تدفّق، ونقل الأسلحة نحو الجبال منذ 1958، وإلى غاية تأسيس الحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية في سبتمبر 1959.

تولي جمال شندرلي –لاحقا – عملية تنسيق التصوير، والوقوف على الجوانب التقنية للأفلام، ضمن "مصلحة الصورة والصوت"، وذلك تطبيقا لتعلمات محمد يزيد، وزير الإعلام في "الحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية" **(بجاوي، 2014، صفحة 61)**.

2-2/– محمد لخضر حمينه : Mohamed Lakhdar Hamina–

مخرج جزائري، وممثّل، وكاتب حوار سينمائي. ولد في 26 فبراير1934، في مدينة "المسيلة"، بالجزائر. خرج من رحم الثورة الجزائرية؛ ليدخل العالمية من بابها الواسع. بدأ مصورا في ميادين التحرير، ثم انتقل، للإحاطة بالصورة كاملة .

تحصّل على دبلوم من معهد العلوم الزراعية في الجزائر، لكن قلبه مال إلى السينما، حيث تعلّم مبادئها الأولى بالجزائر، بمنطقة "دلّس"، الواقعة في ضواحي العاصمة، قبل أن يقرّر الهجرة إلى "فرنسا"؛ ليلتحق بـ "ثانوية كارنو Lycée – Carnot"؛ ليتعلّم تقنيات الفن السينمائي .

غير أنّ نداء "التجنيد"، الذي تلقاه من إدارة الاستعمار الفرنسي، ليلتحق بالخدمة العسكرية، أفسد عليهمشاريعه، ممّا جعله يفرّ، وينخرط في صفوف جبهة التحرير الوطني، سنة 1959 .

بدأت رحلته مع "السينما الجزائرية" عن طريق "خلية الإعلام" التابعة للحكومة الجزائرية المؤقتة للجمهورية الجزائرية، الكائن مقرّها في تونس، مع مجموعة من الروّاد، نذكر من بينهم: المخرج الفرنسي رونيه فوتيه، وجمال شندرلي؛ الأب الروحي للصورة الثورية الجزائرية، وآخرون، من الذين كانوا ينشطون في "الخلية"، في الحدود التونسية الجزائرية، إلى أن قرّرت "جبهة التحرير الوطني" إرساله إلى "براغ" التشيكوسلوفاكية؛ ليتعلم فنون السينما بـ "أكاديمية السينما والتلفزيون ."

أنجز محمد لخضر حمينة العديد من الأفلام الوثائقية القصيرة، التي تخدم الثورة الجزائرية، أبرزها، فيلم "ياسمينة"، سنة 1961، الذي أخرجه رفقة جمال شندرلي، بالإضافة إلى إخراج جماعي، مع كلّ من جمال شندرلي، و بيار شولي، ورونيه فوتيه، لفيلم بعنوان: "جزائرنا"، في نفس السنة. يضاف، إلى ذلك، فيلم وثائقي آخر بعنوان: "بنادق الحرية"، سنة 1961، مع المخرج جمال شندرلي، وفيلم "صوت الشعب"، في السنة ذاتها **(بكار، 2018، ص 150–151)**

2–3/– أحمد راشدي :Ahmed Rachedi –

ولد بمدينة "تبسة"، بأوراس النمامشة، وانضم إلى حركة التحرير الوطني عند انطلاق شعلتها في سنة 1954، كان عمره – آنذاك – ستة عشرة (16) سنة. في فترة، كان ولوج عالم السينما أمرا ممنوعا على الجزائريين؛ فكلّ الطلبة الجزائريين كانوا: إمّا يلتحقون بتخصّص حقوق، أو أنهم في الطب، وهذا ما كانت تسمح به الإدارة الاستعمارية الفرنسية، عن دراية، وقناعة أنّ "الصورة – حسب أحمد راشدي – أبلغ من السلاح ."

شارك أحمد راشدي في العديد من التحقيقات الوثائقية حول الثورة التحريرية منذ 1958، عندما انضم إلى أول مدرسة للتكوين في المجال السينمائي، تحت إشراف المخرج السينمائي الفرنسي رونيه فوتية، إلى أن أرسلته "جبهة التحرير الوطني"؛ ليستفيد من تكوين متخصّص في المجال السينمائي في الخارج.

حمل أحمد راشدي السلاح للمشاركة في الثورة التحريرية، بشكل مختلف، إذ كانت "الكاميرا" هي بندقيته، وقد سخّر أدواته في التعبير عن قضية بلاده، وثورتها، إلى غاية استرجاع السيادة الوطنية .

كان واثقا – كل الثقة – أنّ الدبابة، والطائرة، والرشاش، وسائل لا بدّ منها في أيّ معركة، لكنها وسائل غير كافية لضمان ربح المعركة.

فقد ينتصر الجيش الصغير، المجهز بأسلحة متواضعة، على الجيش الذي يتمتع بأحدث أنواع الأسلحة؛ لأنّ المعارك لا يحسمها – دائما – السلاح؛ الذي يمسك به الجندي، ولكن تحسمها الإرادة، والعزيمة، التي يتمتع بهما. ولم يكن نقصُ التجربة، وشحّ الوسائل، وظروف الحرب القاسية، عائقا لإنجاز أفلام عن الثورة المظفرة؛ فالإرادة القوية في التحدي والتفوق، كانت المحرك، والمنشط الرئيسي .

لقد ساهمت السينما إلى جانب الأسلحة الأخرى في معركة التحرير، وكلّ الجوانب كانت متناسقة، ومتكاملة فيما بينها، هذا ما ساعد الثورة على تحقيق النصر. فإذا كان الكفاح المسلح بعدها الأول، فإنّ الدبلوماسية بعدها الثاني، والإعلام – باختلاف وسائله – بعدها الثالث ."

وعليه فإن السنيما الجزائرية التي ظهرت أثناء الثورة التحريرية تعتبر احدى الوسائل التي استخدمتها الثورة في مواجهة دعاية الاستعمار الفرنسي ضد الشعب الجزائري ،وقد تمكنت هذه السينما من السير، في خطوط متوازية، ومتوازنة مع المجاهدين في الجبال والفدائيين في المدن والسياسيين عبر دول العالم الشقيقة منها والصديقة من أجل تخليص البلاد من المستعمر الفرنسي المتغطرس، الذي طالما ردّد – للعالم بأكمله – بأنّ الجزائر "جزءٌ لا يتجزأ من فرنسا."

وهكذا استعمل قادة الثورة كلّ الوسائل الممكنة، والمتاحة لنفي الادعاءات الفرنسية، بأنّ ما يحدث في الجزائر، ليس عمل "قطاع طرق"، أو "خارجين عن القانون"، وإنّما هو كفاح شعب، سلبت منه حريته، ونهبت منه خيراته، وهو مصمّم على مواصلة الكفاح المسلح، بقيادة "جبهة وجيش التحرير الوطني"، حتى استرجاع السيادة المغتصبة. وليس أبلغ من الصورة السينمائية لتحقيق ذلك (**بكار، 2018، الصفحات 151–152**).

في ظل تلك الظروف الصعبة، ولدت "السينما" في الجزائر، ومعها عوامل حيويتها؛ كونها فنّا إنسانيا ملتزما بقضايا المواطن والوطن. وكانت جلّ أعمال السينما الجزائرية الثورية أفلاما وثائقية قصيرة. وكانت انطلاقتها المباركة، بوسائل بسيطة، وبدعم من مناضلين فرنسيين؛ وأوربيين، أمنوا بعدالة القضية الجزائرية، فلم يتأخروا في وضع خبرتهم لخدمتها، وأسهموا – فيما بعد – في تكوين تقنيين جزائريين، عملوا – بدورهم – على إنجاز أفلام وثائقية، في ظروف حرب صعبة.لقد كانت الأعمال السينمائية الجزائرية – بحق – شهادة حية، وتسجيلا موثوقا لأحداث تلك المرحلة، نقلت واقعا ملموسا، لكفاح شعب، ناضل من أجل استعادة استقلاله وكرامته، مظهرا الوجه الحقيقي للمستعمر، الذي كان – على عكس ادعاءاته – يشنّ حربا، أقلّ ما يقال عنها، إنّها حرب إبادة، لا تعرف الرحمة .

خاتمة:

استطاعت "الثورة الجزائرية" أن تواجه أعتى قوة استعمارية في العصر الحديث، وأن تقف أمامها – ندّا لندّ– بفضل حسن استعمالها أسلحتها المتاحة والمحدودة وكذلك العمل على تكامل أدوارها: العسكرية، والسياسية، والإعلامية، والدبلوماسية ، وعلى الرغم من ضعف إمكاناتها، وحداثة تجربتها، واجهت السينما الجزائرية الدعائية الاستعمارية، وعززت وعي الشعب الجزائري، مرسّخةً فيه قيم التحرّر، والانعتاق، وتعبئته من أجل تحقيق الأهداف التي سطّرها "بيان أول نوفمبر"، سنة 1954. لذا فقد حقّقت السينما، نجاحا في الداخل، ليس – فقط – في ميدان تعبئة الجماهير، وتوحيد صفوفها حول أهداف الثورة التحريرية الجزائرية، ولكن – أيضا — ابراز الوجه الاخر لفرنسا الاستعمارية.ونجحت أيضا في كسب المعركة، على المستوى الخارجي – أيضا –، بحيث أصبح "صوت الثورة الجزائرية" مسموعا عبر العالم؛ ينتزع يوميا تأييد الرأي العام العالمي، وتعاطفه مع كفاحه العادل، وقضيته المشروعة.

إنّ هذه الإنجازات، قد تحقّقت بفضل "شباب" ثوار جندوا أنفسهم لخدمة قضية آمنوا بها، وقد كان الواجب الوطني يناديهم، بحيث لم يتردّدوا في تلبيته. لقد شعر هؤلاء الشباب بأن الحياة بلا حرية، ليست أفضل من الموت؛ فانطلقوا في كفاحهم، عازمين الأمر ألاّ يتوقفوا عن مواجهة العدو نشاطه إلاّ بانتصار العزة والكرامة. بالإضافة إلى المقاييس، التي تتوفر في كلّ مجاهد يقبل على التضحية – في صمت –، ودون تردّد، في ساحة الوغى، إلى جانب أجانب لبوا نداء الواجب الأخلاقي والضمير الإنساني لمناصرة المطالب الجزائرية في استرجاع حريتهم المغتصبة .

لقد كانت الثورة التحريرية المجال الذي منح للسينما فرصة للظهور والتبلور، واستطاع مجاهدون متحمسون؛ حملوا إلى جانب البندقية كاميراتهم، لتوصيل صورة الثورة للعالم.

حقّق هذا الشباب المجاهد "المعجزات"، من خلال نشاطه السينمائي بمساندة أصدقاء القضية الجزائرية، أعمالا تتطلّب كفاءات عالية، مبرهنا على قدرته في وصف الأحداث، وتحديدها، وفضح الأعمال الوحشية الجهنمية التي كان يقوم بها الاستعمار الفرنسي، في أثناء الثورة التحريرية الجزائرية، وإيصال هذا الواقع الحي إلى الرأي العام الفرنسي، والأوربي، وإقناع شعوب العالم بعدالة القضية الجزائرية.

المصادر والمراجع:

أولا: المراجع باللغة العربية

1. بجاوي أحمد سينما وحرب التحرير: الجزائر معارك الصوَر، ترجمة: مسعود جناح (الشهاب، الجزائر،2014).

2. عواطف عبد الرحمن، الصحافة العربية في الجزائر. (المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر،1985).

3. وزناجي مراد، الثورة التحريرية في السينما الجزائرية 1957 – 2012: دراسة تحليلية للأفلام السينما الجزائرية. (دار الأمة، الجزائر،2014).

4. هلال عبد الرزاق. تاريخ السينما: صورة الجزائري على الشاشات الفرنسية. ترجمة: موسى أشرور ، (منشورات رافار،2013).

الرسائل الجامعية:

5. بكار فايزة، كيفية تصدي وسائل الإعلام السمعية البصرية، أثناء الثورة التحريرية الجزائرية، للدعاية الفرنسية (الفترة من: 1956-1962)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، 2018.

المقالات:

6. الكسان جان ، السينما في الوطن العربي، (مجلة المعرفة. مارس, 1982)

7. خياري جمال الدين،السينما في خدمة الثورة 56-76، (مجلة أول نوفمبر اللسان المركزي للمنظمة الوطنية للمجاهدين أفريل، 1976)

8. الشعب. الكاميرا تعيش مع الثوار الجزائريين. (02 نوفمبر1997, العدد11454.(

9. المركز الوطني للدراسات والبحث في الحركة الوطنية. وثورة الفاتح نوفمبر السينما والثورة الجزائرية، الذكرى الأربعون للتأسيس. (المركز الوطني للدراسات والبحث في الحركة الوطنية وثورة فاتح نوفمبر 1954، 1997).

10. وزارة الإعلام والثقافة. الإنتاج السينمائي الجزائري 1957 – 1974. (الجزائر، بلا تاريخ).

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية

1. Bedjaoui, A. (1992). Silences et balbutiements, images d'une guerre. (c.c.i, Éd.) France.
2. Boudjedra, R. (1971). Naissance du cinéma algérien. (Maspero, Éd.) paris.
3. dadci, Y. (1970). Première histoire du cinéma Algérien. (SNED, Éd.) Alger.
4. elkenz, N. (2003). l'odyssée des cinémathèques algériennes à la recherche d'une mémoire perdue.(ANEP). alger,algerie.
5. les cahiers du cinema. (1992, juin). images d'une guerre. N01 juin1992, France Algerie.

خصوصية المشهد التلفزيوني العربي في ظل الحتمية الرقمية وهيمنة منطق السوق.

The Feature of the Arab TV scene under the digital determinism and dominance of market logic

د/ آيت قاسي ذهبية* [1]

ملخص:

عرفت الساحة الإعلامية العالمية انتشاراً واسعاً للقنوات التلفزيونية الفضائية خاصة في المنطقة العربية التي تكاثرت قنواتها بالمئات ثم الآلاف...بعد تراجع احتكار الدولة للإعلام، وبالخصوص القطاع السمعي البصري وكذا الثورة التكنولوجية الرقمية التي تعد سلاحاً ذا حدين ففي الوقت الذي ضمنت بثا تلفزيونيا عإلى وفائق الجودة وبتكاليفمنخفضة هددت بتلاشي الميديا التقليدية (الصحافة الورقية ، اذاعة الأثير و كذا التلفزيون) لذا كان من المهم أن نقف عند هذا التزايد الملحوظ للقنوات التلفزيونية العربية من حيث الخصائص ، وطبيعة المضامين التي تعرضها لجمهورها وموقعها ضمن المعادلة التكنولوجية و الربحية التي فرضها منطق السوق و المنافسة.

الكلمات المفتاحية: التلفزيون، الإعلام العربي، الثورة التكنولوجية، منطق السوق.

Abstract:

This study seeks to determine the specificities of Arab television especially after the technological revolution and domination of the commercial logic over the private television channels that benefit from the proceeds of advertising and investment….

This study also tries to know the quality of Arab media content after the social, political and economic changes that most Arab countries have known it…

Key- words: Television – The Arabic media- The Technological revolution-Market logic .

* أستاذة محاضرة بقسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة –جامعة الأغواط: الجزائر.

مقدمة:

عرف الإعلام العربي مؤخراً فتح المجال أمام الاستثمار في الميدان السمعي البصري، مما سمح بإطلاق العديد من العناوين التلفزيونية ففي مطلع تسعينات القرن الماضي مثلا لم يكن يتجاوز العشرين والثلاثين قناة تلفزيونية بين عمومية وخاصة، وارتفع سنة 2014 ليصل إلى 1320 قناة تلفزيونية 168 عمومية و1152 خاصة (**التقرير السنوي، 2014**: ص 12). بالإضافة إلى تبني التخصص والخوصصة مما فرض عليها منطق ربحي تجاري...

أمام هذا الكم الهائل من القنوات التلفزيونية العربية من المهم الوقوف على النوعية في مقابل الكم، على نوعيه المضمون بمقابل الشكل، وعلى الهدف ومحل الانتاج المحلي والقومية والهوية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي عرفتها المنطقة العربية.

لذا طرحنا السؤال التالي: ما هي خصوصيات المشهد التلفزيوني العربي في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والثقافية التي عرفتها المنطقة وأمام الحتمية التقنية والمنطق الربحي الذي أصبح أهم ميزات الإعلام المعاصر؟

أولاً: التلفزيون العربي وتحديات المرحلة:

1–التلفزيون: تحولات عميقة في الشكل و المضمون:

ولعل من الميزات الاساسية التي ميزت المشهد التلفزيوني، ظهور وتعدد القنوات التلفزيونية المتخصصة كنتيجة لتغير الجمهور، وتعدد اهتماماته و ميولاته ونزوعه نحو فردانية التعامل مع الوسيلة الإعلامية ومع المضمون الإعلامي، وأصبح الفرد يستهلك المضامين التلفزيونية بصورة مستقلة عن أي رقابة.

أ– وغيَّر التوجه نحو التخصص في تقديم المحتوى الإعلامي من نمط الاتصال وتغيرت بموجبه النظرة إلى الجمهور، فبعد أن كان موحداً، يتقاسم نفس الأهداف، الآراء، الميولات القيم، التجارب الاجتماعية والعاطفية، أصبح التلفزيون يخاطبه باعتباره فئات اجتماعية متباينة، كل فئة تتميز باهتماماتها الشخصية، هويتها الثقافية وانتمائها اللغوي والديني والعرقي والطائفي وميولها العاطفية، تباين تخصصها المهني والحاجة الثقافية أو النفسية أو الاجتماعية أو المرحلة العمرية، وكل فئة تقدم لها المواد التلفزيونية التي تناسبها(برامج للمرأة، برامج الطفل، الشباب، الرياضة، سينما، منوعات، برامج دينية).(**لعياضي، 2016**: **اشكآلياتالإعلام في عصر العولمة، http://www.sironline.org**).

في ظل تلك التحولات بدأت القنوات التلفزيونية العمومية تفقد مكانتها بفقدانها أجزاء من جمهورها، وتوجهه إلى القنوات المتخصصة.

ب–الامر الذي أثر على أسس وبنية البرمجة التلفزيونية التي عرفت تغيُّرات بفعل تأثير التكنولوجيات الحديثة للاتصال، التي لا يمكن اختزالها فقط في الجانب التقني البحت، كونها أيضاً محدد أساسي للتحولات الثقافية، أعادت بناء أنماط جديدة للتواصل، وأحدثت تأثيرات عميقة في بنية المجتمعات المعاصرة، وغيرت علاقة الفرد بالمنظومة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية (**بودهان، 2014**: **ص ص11 و12**).

وجعلت من الجمهور طرفاً فاعلاً في المعادلة الإعلامية الحديثة، أصبح من خلالها مستخدماً للوسيلة والرسالة الإعلامية، نتيجة ما فرضه الإعلام الجديد من منطق للتفاعلية والتشاركية والتبادل، مما أثر على طبيعة ونمط البرمجة التلفزيونية. (**لعياضي،2016**: **اشكآلياتالإعلام المعاصر**، http://www.sironline.org)

أيضا من السمات الأساسية للمشهد الإعلامي الحديث (ما بعد ثمانينات القرن العشرين)، توجه القنوات التلفزيونية إلى الخوصصة، والتحرر من احتكار الدولة للقطاع السمعي البصري، وأصبح أساس التنافس بينها (القنوات الخاصة) تجارياً بحتاً، يقاس بالحصول على أكبر نسبة مشاهدة لاستقطاب المؤسسات الاعلانية (سوق الجمهور مقابل سوق المعلنين).

الأمر الذي هدّد مرة أخرى مكانة القنوات التلفزيونية العمومية، التي تمّ جرها إلى معترك المنافسة مع القنوات التلفزيونية الخاصة، لأنها أمام حتميتين: إما الالتزام بمبدأ الخدمة العمومية، وبالتالي تخسر جمهورها، أو التخلي عن مبدأ الخدمة العمومية، والدخول في منافسة "شرسة" مع القنوات الخاصة، وهي بذلك تنحرف عن مبدأ الخدمة العمومية، مما أثّر على بنية مضمونها ونوعيته. وفرض عليها نمط برمجة تلفزيونية يلتقي مع القنوات التلفزيونية الخاصة في أكثر من نقطة.

ما ميَّز أيضاً الساحة الإعلامية، التي تديرها القنوات التلفزيونية المتخصصة والخاصة، استفحال "الثقافة الطافحة"، أو الثقافة الجماهيرية التي رأت فيها مدرسة فرانكفورت تسليعاً و"تصنيعاً للثقافة الأصيلة " التي أنتجت أفراداً معزولين عن بعضهم البعض، مبهورين بالتقنيات والخدع التي يستعملها القائمون عليها، لتضليلهم وخداعهم وامتصاص قدراتهم وتسكين وعيهم النقدي. (**لعيفة** ، **2003** : **ص124**).

2–هيمنة المنطق الربحي على القنوات التلفزيونية:

بالإضافة إلى ظهور نمط جديد خاضع لمنطق اقتصاد السوق، هدفه تحقيق الربح المادي فالأفلام السينمائية، برامج التلفزيون أصبح يغلب عليها الطابع الاستعراضي، مع اكتساح برامج تلفزيون الواقع، التي لم تكتفي بالتجسس على الحياة الخاصة للأفراد، بل دخلت أيضا، إلى غرف العمليات، ليصبح إجراء العمليات الخطيرة ملهاة، وتسلية للجماهير يتخللها التشويق والمجازفة، وأصبحت القاعدة الاساسية في العمل التلفزيوني تقول: أن البرنامج الذي يحظى بمتابعة جماهيرية واسعة هو البرنامج الناجح. المنطق الربحي فرض أيضاً تلازم الرسالة الإعلامية والاعلانية، فالمشاهد يتعرض للعديد من المضامين والرسائل الإشهارية أثناء متابعته للبرامج التلفزيونية وحتى في محاولات تفاديه للفاصل الإشهاري – الذي يجزأ المادة التلفزيونية إلى أربعة أجزاء أو أكثر – بzapping، استطاعت القنوات التلفزيونية "مداهمة" المشاهد حتى اثناء متابعته للبرنامج باهتدائها إلى ادراج الرسالة الإشهارية في اعلى الشاشة أو في أسفلها أو على الجوانب وحتى الطفل لم يسلم من سطوة الإشهار، فقنواته لا تتوانى في ادراج الرسائل الإشهارية أسفل الشاشة وخلال مشاهدته للبرنامج المفضل.

وأضحت البرمجة التلفزيونية هي الأخرى "رهينة" الحتمية الإشهارية التي ألزمت القائمين عليها اختيار البرامج التي تلقى أكبر نسبة مشاهدة وعرضها أثناء " **وقت الذروة prime time** " للحصول على أكبر حصة من سوق الإشهار، وأصبح معيار نجاح البرمجة التلفزيونية يقاس بمدى قدرتها على رفع نسب المشاهدة، وتوسيع حظوظ القناة من سوق الإشهار.

المنطق التجاري الذي تخضع له المؤسسات التلفزيونية، أفرغ المادة الثقافية الفكرية من محتواها الأصيل، وأصبغ عليها الطابع الترفيهي الاستعراضي، لجذب الجمهور بإشراكها في البرامج التلفزيونية، وفرض عليها إنتاج مادة يغلب عليها الطابع الدرامي، وصفت بموجبها الثقافة الجماهيرية بـ: "دراما الاتصال"، هدفها تأسيس عالم يقوم على التظاهر والتمثيل والتزييف والخيال، يتقدم فيها الشكل على المحتوى، مع الاعتماد على المؤثرات الصوتية والبصرية.

(لعيفة ، 2003: ص ص 52 –53).

3–التلفزيون و التكنولوجيا الحديثة للاتصال:

وبالعودة إلى التكنولوجيا الحديثة للاتصال، وجدت القنوات التلفزيونية نفسها في سعيها للتموقع داخل بيئة إعلامية جديدة، مطالبة بضمان السرعة في تقديم المعلومات والأخبار (رغم تأثير ذلك على دقتها وموضوعيتها)، مما طرح إشكالية غياب المصدر.

أ–الأمر الذي يتطلب تجنيد إمكانيات مادية وبشرية كبيرة هذا من جهة، من جهة أخرى لم يعد الإعلام من مهمة المؤسسات الإعلامية التقليدية. بل أخذت مؤسسات أخرى على عاتقها عملية انتاج الإعلام وتخزينه وتوزيعه مما طرح اشكاليات أخلاقية وأدبية وقانونية في ممارسة العمليتين الإعلامية والاتصالية. (**لعياضي، اشكاليات الإعلام المعاصر**، http://www.sironline.org).

ب–هناك إشكالية أخرى تطرح في ذات السياق وهي تأثير التكنولوجيا الحديثة للاتصال فيما يخص المراقبة التشريعية على الممارسة الإعلامية. (لعياضي، اشكاليات الإعلام المعاصر، http://www.sironline.org).

رغم أن هناك من يرى بتلازمية العلاقة التبادلية مثلاً بين التلفزيون العمومي والإعلام الجديد، المتمثل في شبكة الانترنت التي أصبحت المضامين التلفزيونية مادتها الخام، بل يساهم في تطوره، على عكس ما كان يروج لفكرة تهديد اليوتيب للتلفزيون، بل يعتبر في الحقيقة شكلاً جديداً لتوزيع المواد التلفزيونية. (**الحمامي، 2009: ص 28**)

كل ما ذكرناه آنفاً كان حول حاضر الوسيلة الإعلامية (التلفزيون) في ظل التكنولوجيات الحديثة، وكيف تتحكم في بناء مضمون الوسيلة الإعلامية وشكلها، وكيف تحالفت مع المنطق الاقتصادي لتغيّر مضمون الوسيلة الإعلامية وهنا المقصود " البرمجة التلفزيونية " التي تأثرت بهذين المتغيرين.

4–التلفزيون يرهن جمهوره مقابل عائدات الإشهار:

بقي لنا الوقوف على جمهور التلفزيون الذي لم يسلم هو الآخر من تأثير التكنولوجيات الحديثة للاتصال، التي أدخلته في علاقة تبادلية مع الوسيلة الإعلامية (التلفزيون)، في سعيها لجذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين للحصول على أكبر نسبة مشاهدة، وبالتالي ضمان حظّها من الإشهار، بعرض المضامين التي تستهوي الجماهير عبر الاعتماد على دراسة سبر الآراء لمعرفة الخصائص الثقافية والاجتماعية والسوسيو ثقافية والسياسية والنفسية للجمهور... وعليه

فالهدف المباشر هو الحصول على أكبر نسبة مشاهدة وغير المباشر، هو توسيع سوق المعلنين، فالجمهور هنا ليس غاية في حد ذاته و إنما هو فقط وسيلة ّ.

هنا استسلمت القنوات التلفزيونية لجمهورها مقابل تحقيق ما ذكرناه آنفا، و قد لعبت التكنولوجيات الحديثة للاتصال دوراً في ذلك، من خلال فتح المجال أمام المشاهد للتعليق على البرامج التلفزيوني وابداء رأيه فيها، وحتى اختيار البرامج التي يريد مشاهدتها على شاشة التلفزيون، وتوقيت بثها بما يتلاءم مع اوقات فراغه .. وهناك من القنوات التلفزيونية من اعطت للمشاهد الفرصة لإكمال سيناريوهات بعض المسلسلات والاعمال الدرامية.

5–التكنولوجيات الحديثة تصنع جمهورا من نوع آخر:

صنعت أيضا التكنولوجيا الحديثة للاتصال أهم خاصية في الجمهور الحالي للتلفزيون وهي السرعة، نتيجة خصائصها (الجمهور الآن أصبح جمهوراً آنياً يبحث عن المادة التلفزيونية المختصرة والسريعة، وفي احسن الظروف ودون بذل أدنى جهد، نتيجة انتشار الهواتف الذكية واللوحات الالكترونية وغيرها، فأصبح بإمكانه متابعة برامجه المفضلة والاستفادة من خدمات معينة (آخر الأخبار، الاحوال الجوية ... مواقيت الصلاة ، الافطار في أي مكان أو زمان)، ويمكنه ايضا متابعة حلقات من مسلسلاته المفضلة قبل عرضها على شاشة التلفزيون، بالإضافة إلى السمات الاخرى للتكنولوجيا الحديثة للاتصال :التحديث والشخصنة. التي فرضت على التلفزيون أن يسايرها ليضمن اقبال الجمهور على قناته الذي أصبح هو من يبني شبكتها البرامجية.

في الجزائر التي يعرف قطاعها السمعي البصري أول خطواته في ظل تعددية القنوات وتنوع الملكية، وتباين التوجهات والمضامين التي بقيت لعقود حكراً على الدولة الجزائرية وانحصرت وظيفتها في الدعاية السياسية وتمرير خطابات النظام الحاكم.

قبل وبعد المصادقة على قانون الإعلام الجديد ظهرت العديد من القنوات التلفزيونية الخاصة، التي رسمت خارطة تلفزيونية جديدها، حولت عبرها موازين نسب المشاهدة لصالحها في ظرف قصير، رغم المنافسة القوية للقنوات التلفزيونية العربية والفرنسية على سوق الجمهور الجزائري.

ثانياً: خصوصيات المشهد التلفزيوني العربي:

1–التزايد السريع والمستمر لعدد القنوات التلفزيونية العربية :

من أهم خصوصياته، كثرة القنوات التلفزيونية العربية لدرجة صعوبة حصرها بالإضافة إلى تنوع مضامينها، وامتداد بثها إلى كافة أقطار العالم، نتيجة لجملة من المتغيرات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية والديمغرافية التي عرفتها المنطقة العربية، ومما ساعد على ترويج المضمون التلفزيوني العربي في المنطقة، عوامل متعلقة بالوحدة الدينية اللغوية، المرجعية الثقافية. (**التقرير السنوي للبث الفضائي، 2014: ص 5**).

جدول رقم 01 يبيّن عدد القنوات التلفزيونية العربية، وتصنيفها إلى عمومية وخاصة ما بين سنة 2006 – 2015

السنة	عدد القنوات التلفزيونية العربية	القنوات التلفزيونية العمومية	عدد القنوات التلفزيونية الخاصة
2009	696 قناة	97 قناة	599 قناة
2010	733 قناة	124 قناة	609 قناة
2011	1069قناة	109 قناة	960 قناة
2012/2013	1320قناة	168 قناة	1152 قناة
2014	1294 قناة	165قناة	1129 قناة
2015	1250 قناة	133 قناة	1119 قناة

في سنة 2013 بلغ عدد القنوات التلفزيونية العربية أوجه بـ:1320 قناة منها 168 عمومية و 1152 خاصة.

1–1: ومن أهم الأسباب التي تقف وراء تزايد وتكاثر القنوات التلفزيونية العربية:

- الثورة التكنولوجية الرقمية التي يعرفها القطاع، والتي سهلت البث الفضائي بتكاليفمنخفضة، وفتحت آفاقا واسعة من التبادلية والتفاعلية..
- اندماج وتفاعل تكنولوجيات التلفزيون مع تكنولوجيات الاقمار الصناعية والحاسوب مما سهل من بث عدد لا متناهي من الرسائل المتنوعة المحتوى والمتعددة الأهداف.

- التحولات التي تعيشها البلدان العربية في شتى المستويات، (سياسية واجتماعية وثقافية)، ومواكبتها للتطور الذي يعرفه العالم في هذا القطاع، ساهم في تراجع احتكار الدولة للبث السلكي واللاسلكي.

- قيام المدن الإعلامية العربية (ثماني مدن إعلامية سنة 2015، منها مدينة الانتاج الإعلامي بمصر، مدينة دبي للإعلام...)، الأمر الذي دفع بعجلة الانتاج وبالخصوص الانتاج الدرامي، وهيأ الظروف لميلاد قنوات تلفزيونية جديدة.

- وإقبال الهيئات العربية على إحداث المزيد من القنوات المتخصصة، وخاصة القنوات الرياضية. (**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2013: ص 9 و21**)

- الرغبة في استخدام التلفزيون كأداة للتواصل وتبليغ رسائل معينة من قبل جهات سياسية أو مؤسسات دينية وثقافية، مجتمع مدني...الخ.

- أما عن الارتفاع في القنوات العمومية ما بين سنة 2011 (109 قناة عمومية) وسنة 2012 (168 قناة عمومية)، يرجع إلى عودة قنوات التلفزيون الليبي للظهور بعد أن اختفت مباشرة مع الثورة. (**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2012: ص 21**)

2– تخصص القنوات التلفزيونية العربية:

جدول رقم 02 خاص بترتيب أهم التخصصات في القنوات العربية ما بين '2013 –2015) تقرير 2014

تخصص القناة	ع. القنوات التلفزيونية سنة **2013** (ع /خ)	ع .القنوات التلفزيونية سنة**2014**(ع/ خ)	ع.القنوات التلفزيونية سنة**2015**(ع/ خ)
القنوات الجامعة	321 قناة	323 قناة	292 قناة
القنوات الإشهارية والتسويقية	210 قناة	248 قناة	32 قناة
القنوات الرياضية	146 قناة	170قناة	61 قناة
الدراما(افلام ومسلسلات)	151 قناة	152قناة	48 قناة
المنوعات الغنائية	124 قناة	124 قناة	23 قناة

القنوات الدينية	125 قناة	95 قناة	55 قناة
القنوات الإخبارية	66 قناة	68قناة	61 قناة
قنوات الطفل	23 قناة	26 قناة	21 قناة
القنوات الثقافية/وثائقية /التعليمية	107 قناة	42 قناة	34 قناة

تتصدر القنوات التلفزيونية الجامعة، صدارة الترتيب في الفترة من 2013 إلى 2015 سواء كانت تابعة للقطاع العام أو الخاص.

تليها القنوات التلفزيونية المخصصة 100% لعرض الإشهارات، والاعلانات حول منتوجات أو خدمات، والتي بلغت أوجها سنة 2014، لما تحققه للقناة من مداخيل معتبرة من عائدات الإشهار، المحرك الاساسي للقنوات العربية، تليها القنوات الرياضية، ثم الدرامية، ثم الغنائية المنوعاتية، باعتبارها من التخصصات التي يعوَّل عليها في جذب الجماهير العربيَّة.

تليها القنوات الدينيَّة التي تتنوع ما بين دعوية، سنيَّة وشيعية، وما بين مسيحيَّة وبابوية وأرثو دكسية (**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014: ص 15**).

يلي ذلك القنوات الإخبارية التي تتمتع بجمهورها الخاص، أما القنوات المخصصة للطفل العربي، فهي قليلة إذا ما قورنت بتخصصات أخرى، وإذا ما وقفنا أمام أهميتها في التكوين النفسي والفكري والأخلاقي للطفل العربي، وتنقسم إلى : قنوات مخصصة للإنشاد والموسيقى والغناء، لها أهداف تعليمية، تربوية :"طيور الجنة، كراميش، قناة نون، دار القمر" وموجهة للطفل العربي المسلم، وقنوات أخرى مخصصة لعرض رسوم كرتونية، أو باستخدام تقنية "ثلاثية الأبعاد" هي في أغلبها مستوردة، مما يطرح إشكالية غياب منتوج عربي أصيل موجه للطفل، وعدم توظيف التراث الأدبي بـ: حكاياه، ورواياته، وأساطيره، وملاحمه، في صناعة مادة تلفزيونية مدروسة، موجهة للنشء الجديد.

3– اللغة المستخدمة في مضامين القنوات التلفزيونية العربية: (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2015، ص ص 14–15)

تتصدر اللغة العربية، اللُّغات المستعملة في القنوات التلفزيونية العربية، تستخدم في النشرات والمواجيز الإخبارية، في البرامج الحوارية الجادّة، (السياسية والاقتصادية...) تستخدم في البرامج الأجنبية المدبلجة، (مسلسلات مكسيكية أو فنزويلية أو أرجنتينية .. الأفلام الأمريكية أو البريطانية التاريخية...أو في البرامج الوثائقية الأجنبية...الخ).

تليها اللَّهجات المحلية، وبالخصوص المتعلقة بالأقليات الاثنية المتوزعة في المنطقة العربية (الأمازيغية، الكردية، الأوردو، الحسَّانية، الأمهرية، الصومالية، السواحلية ...).

تليها اللغات الأجنبية العالمية، تتصدرها الانجليزية، اللّغة الثانية في دول المشرق العربي والخليج، وهي اللغة التي تواكب التكنولوجيا والعلم والتقدم، تستخدم في:

- القنوات الإخبارية التي تعتمد ازدواجية اللغة أو التي تبث بالإنجليزية.
- توظف أيضاً في القنوات المتخصصة في عرض الأفلام أو المسلسلات أو البرامج الأمريكية في نسخها الأصلية.
- القنوات الوثائقية الناطقة بالإنجليزية.
- بعد الانجليزية، اللُّغة الفرنسية هي الأخرى حاضرة، كونها مازالت اللُّغة الثانية في بلدان المغرب العربي

4–نظام البث الفضائي العربي: فيتميز باستخدام أغلب القنوات التلفزيونية العربية، نظام البث المفتوح أو المجاني بـ (121 قناة تابعة للقطاع العمومي، و294 قناة تابعة للخواص)، أما عن القنوات التي تتبنى النظام المشفر، أو المشاهدة مقابل الاشتراك فهي(11قناة تابعة للقطاع العمومي، و214 قناة تابعة للقطاع الخاص سنة 2015). العمومية المشفرة تقتصر على قنوات شركة أبوظبي للإعلام، والمؤسسة القطرية للإعلام، وهي كلها رياضية. أما التابعة للقطاع الخاص، فتنحصر في (**شبكة أوربيت، شوتايم Show Time**، و**beinsports**.).(**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2015: ص ص 17–19**).

تحمل هذه القنوات شعار البث الحصري، الذي يتمظهر أكثر في نقل المباريات الرياضية، وعرض الأفلام الأمريكية الجديدة، قبل عرضها في قاعات السينما وسعيها لاستقطاب الجماهير، يجعلها تعرض هذه الأفلام دون حذف .

5-**انتعاش اقتصاديات التلفزيون العربي**، بجذب الاستثمارات الكبرى، والاستفادة من تقنية الرسائل القصيرة، التي يبعث بها المشاهدون إلى القنوات وتدرج أسفل الشاشة" قناة طيور الجنة"، وتمويل بعض البرامج بما يعرف بالراعي الرسمي: مؤسسة أوريدو للاتصالات هي الراعي الرسمي لنشرة الاحوال الجوية بالتلفزيون الجزائري العمومي.

6-**توسع بعض المجموعات التلفزيونية**: (لعياضي، وتمار،2007: ص 365) بفعل انتعاش الاستثمار في الميدان كمؤسسة الشرق الأوسط MBC 1990،فبعد ان كانت مجرد قناة تلفزيونية واحدة أصبحت تضم:

- MBC 2:(سنة 2003): متخصصة في عرض الأفلام الأمريكية والبرامج الناطقة بالإنجليزية، والمرفقة بترجمة إلى اللغة العربية، تظهر أسفل الشاشة Sous titrage ك: The Insider

MBC 3-: (سنة 2004):متخصصة في عرض برامج الاطفال، أغلبها مستوردة أجنبية مدبلجة للعربية.

MBC4-:(سنة 2005): تخصص مساحة شاسعة للبرامج الامريكية، مسلسلات، العاب ومسابقات تلفزيونية احاديث استعراضية... ، مرفقة بترجمة إلى اللغة العربية أسفل الشاشة، sous titrage ،بالإضافة إلى عرض البرامج التركية الجديدة ، التي تحصد أكبر نسبة مشاهدة في تركيا، وبثها في زمن الذروة ، التاسعة بتوقيت السعودية.

-وقامت mbcب: بإطلاق محطتها الاذاعية الثانية بانوراما FM الموجهة لفئة الشباب في الوطن العربي، بتقديمها لأحدث الاغاني العربية والبرامج الحوارية الشيقة .

نفس الطريق انتهجته قناة الجزيرة بإنشائها باقة من القنوات التلفزيونية: (لعياضي ، وتمار: 2007، ص 366).

الجزيرة الإخبارية، الجزيرة مباشر، الجزيرة اطفال، الجزيرة الدولية، الجزيرة للأفلام الوثائقية، الجزيرة الرياضية، التي أصبحت حاليا مجموعة"beinsports"، تعتمد الجزيرة وغيرها من القنوات الإخبارية على تقنيات النقل المباشر وإيفاد مراسلين إلى كافة انحاء العالم خاصة بؤر التوتر، انشاء مكاتب خاصة في العواصم العالمية، بالإضافة إلى ادراج فقرات برامجية تحليلية باستضافة مختصين وخبراء. (لعياضي ، وتمار، 2007: ص 79)

7-**تغطية القنوات العربية المتخصصة مختلف المجالات** :

- **قنوات للأطفال**: "قناة الجزيرة اطفال، سمسم، طيور الجنة، قناة نون، دار القمر براعم، أجيال، سبايس تون، mbc 3"

- **قنوات للمرأة** : "هي تي في" للمرأة العربية، النهار لكي، سميرة، الشروق بنة".

-**قنوات السينما والدراما** : mbc 2، mbcMAX، ZEE aflam، ZEE alwen.

MBC Bollywood ، روتانا سينما، الحياة سينما، بانوراما سينما، تايم سينما، سيما، روتانا كلاسيك، ميلودي أفلام ...الخ.

- **القنوات الإخبارية:** فرانس24 ، الجزيرة الإخبارية، الجزيرة مباشر، العربية، العربية حدث، النهار الإخبارية، الشروق نيوز، بي بي سي البريطانية ...الخ .
- **الموسيقى والمنوعات الغنائية** : روتانا كليب، روتنا موسيقى، FM، Mazzika ميلودي Hits.
- **القنوات الرياضية**:beinsports ، دبي الرياضية، الكويت الرياضية، نيل سبور السعودية رياضة، الهداف ...
- **القنوات التعليمية:** قنوات التعلم المصرية EDUC.
- **قنوات الإشهار والعقار**: دزاير شوب، العقارية، CNBC العربية .
- قنوات الزواج والشعوذة والدجل وتفسير الاحلام وقراءة الكف: قناة المستقبل ، قناة "هي"...

8-**استقطاب القنوات التلفزيونية المتخصصة للاستثمار**، خاصة في الميادين التي تحقق اقبالاً جماهيرياً، وبالتالي تحقق ارباحاً مادية بجذب المعلنين ك: السينما والموسيقى خاصة من خلال برامج المسابقات الاستعراضية، وبرامج "تلفزيون الواقع" التعارف والزواج والشعوذة.(لعياضي ، وتمار: 2007، ص79).

من جهة أخرى :

1. **تأثر المشهد الإعلامي ككل، وبالخصوص السمعي البصري**، بالتغيرات السياسية التي عرفتها المنطقة العربية والتي جرَّت بعض دولها إلى حروب طاحنة، لم تضع لحد الآن أوزارها ...وهناك من حَمَّل وسائل الإعلام مسؤولية الوضع، واتُّهمت الكثير من مؤسساتها بالتبعية لسلطات سياسية، وبخدمة جهات متواطئة.

2. **انتهجت بعض الدول العربية سياسة تهدف لوضع حدٍ نهائي**، لاحتكار الحكومات والدُّول لوسائل الإعلام، من خلال سنٍّ تشريعات قانونية، تنظم الفضاء السمعي البصري، وتخضعه لأخلاقيات المهنة، وتوفر له الإمكانيات المادية، والبشرية اللاَّزمة لضمان فعإلته، من ذلك استحداث الدستور المصري الجديد، هيئة مستقلة فنياً ومإلياً

وإدارياً، لتنظيم شؤون المجال السمعي البصري، وأصدرت الجزائر قانون خاص بالقطاع السمعي البصري، ينص على إحداث هيئة تتمتع بالاستقلإلية، تتولى الاشراف على القطاع السمعي البصري تسمى "سلطة الضبط".

(التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014:ص ص 36 و37)

3.**أصدرت الهيئة العليا التونسية المستقلة للقطاع السمعي البصري،** دفتر شروط خاص بالإذاعة والتلفزيون، الأمر الذي قامت به دول أخرى، قبل حدوث التوترات التي عرفتها المنطقة: المغرب، الأردن، الامارات العربية المتحدة، لتنظيم القطاع السمعي البصري.(**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014، ص 37**)

4.**هناك الكثير من القنوات التلفزيونية التي انطلقت ببثها من الخارج،** دون الحصول على تراخيص، مثلما حصل في الجزائر، أكثر من 43 قناة تلفزيونية، تبث برامجها دون ترخيص من الدولة الجزائرية.

5.**مصادر التمويل:** تعد من الاشكآلياتالتي تميز المشهد التلفزيوني العربي وبالخصوص القنوات التابعة للقطاع الخاص، ذلك أنَّ التلفزيونات العمومية تتلقى مداخيلها من الدولة، أو من عائدات الإشهار، أو من رعاية وتمويل بعض البرامج، أو من المكالمات أو الرسائل القصيرة التي يبعثها المشاهدون.

أما القنوات التلفزيونية الخاصة أو التجارية التي تعتمد على نفسها في تحصيل مداخيل للقناة، سواء من الإشهار، أو من الاستثمار، ورغم استحدثها طرقاً جديدة لتحصيل مداخيل مالية، منها الرسائل القصيرة التي يبعثها المشاهدون للقناة، عبر برامج المسابقات التلفزيونية ك: مسابقة "حلم" لمصطفى الآغا على قناةmbc 1، أو مسابقة "حروف وألوف" لمحمد الشهري على نفس القناة، إلاّ أن العديد من الأسئلة تطرح حول مدى مقدرة هذه القنوات على تغطية تكاليفالانتاج، والبث، واقتناء البرامج، وتسديد أجور العمال، والموظفين.

خاصة أنّ الدراسات أثبتت ضعف موارد الإشهار في المنطقة العربية، التي لم تتعد سنة 2013 في دول الشرق الأوسط والمغرب العربي 4.4 بليون دولار أمريكي، مقابل 7.26 بليون دولار في دول شرق أوروبا، و8.38 بليون دولار في أمريكا اللاتينية. (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014: ص ص 37 و38)

مما أفضى إلى الكثير من الشكوك حول حقيقة وطبيعة مصادر تمويلها، خاصة في ظل الانفلات الأمني، ويظن خبراء في الميدان الإعلامي، أنَّ بعض وسائل الإعلام ممَّولة من جهات ارهابية أو متورطة مع الارهاب.

6.**أثَّرت الظروف السياسية، والأمنية، والاقتصادية**، التي عرفتها مصر وسوريا على الانتاج الدرامي، إذ تراجع الانتاج إلى 30 %. في حين انتعشت البرامج الإخبارية والحوارية ذات الطبيعة السياسية، بفعل اهتمام المشاهد العربي بمتابعة الوضع الانساني، والأمني في: سوريا، العراق، مصر، تونس، إليمن، ليبيا.

7.**احتكار بعض المجموعات الإعلامية للمجال الرياضي (beinsports)**، حال دون متابعة الجمهور العربي للكثير من التظاهرات الرياضية، على رأسها مباريات كأس العالم 2014، التي أجريت في البرازيل، حتى أنَّ البلد العربي الوحيد المتأهل منتخبه عانى للحصول على حقوق بث مباريات هذا الحدث، واقتصر عرضها على القناة الأرضية، عكس الدول الأوروبية الذي تمنع احتكار بث الأحداث الرياضية العالمية حصرياً، أو ببث مشفر، خدمة لحق الجمهور الأوربي في الإعلام وخدمة لكرة القدم. (**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014:ص 38**)

8.**اعتماد القنوات التلفزيونية العربية على الشبكات الاجتماعية لجذب الجماهير أو ما يعرف ب: الهاشتاق "Hashtag**"، والتعرف على آرائهم، ومقترحاتهم، عبر حسابات البرامج التلفزيونية العربية على صفحات الشبكات الاجتماعية، غير أن بعض القنوات لا تملك حتى مواقعاً الكترونية، وإن امتلكتها فهي تنتمي للجيل الأول، الذي لا يسمح بتلقي ردود فعل الجمهور أو مشاهدة برامجها.(**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي ، 2014: ص 39**)

9.**اللُّجوء إلى الحوكمة الرشيدة في المجال الإعلامي**، لضمان احترام القانون، الشفافية والتفاعلية، وفتح مجال للحوار واحترام اخلاقيات المهنة، وتحمل كل الأطراف المسؤولية القانونية، والاجتماعية لتحقيق الأهداف المسطرة من البداية. (**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي ، 2014: ص 42**).

ثالثاً: خصوصيات المضمون التلفزيوني الفضائي العربي.

يتميز المشهد التلفزيوني العربي، بكثرة في عدد القنوات التلفزيونية، مع تشابه إن لم نقل تطابق في المحتوى، وطبيعة الانتاج التلفزيوني العربي، وطغيان الطابع الترفيهي، على حساب برامج التربية والثقافة.

فحسب دراسة تحليلية أجراها معهد الشرق الأوسط للدراسات الإعلامية، على مضامين كبرى المؤسسات التلفزيونية العربية، والباقة الرقيمة المشفرة، التي تغطي الشرق الأوسط، والخليج العربي توصلت إلى ما يلي: (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014:ص 39)

- 62 %من ساعات البث مخصَّصة للبرامج الأجنبية المستوردة والجاهزة.

- 55%من المحتوى محصور في الانتاج الدرامي، والترفيهي، والرياضي.
- 14 % من ساعات البث مخصَّصة للإنتاج التربوي والثقافي.
- هيمنة المنطق الرِّبحي على البرمجة التلفزيونية للقنوات العربية، وبالخصوص التجارية التي تطبعها المنافسة الشديدة على الحصص الإشهارية، المقدرة بـ 3 مليار دولار سنوياً، والتسابق على عرض برامج الالعاب، والمسابقات التلفزيونية، والترفيه لرفع نسب المشاهدة.

(**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014: ص39**).

- المدن الإعلامية لم تساعد على النهوض بالمضمون التلفزيوني للقنوات العربية (التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014: ص 40)، وإنَّما وجدت في إطار منافسة اقليمية، لاستقطاب الاستثمار في خدمات الاتصال واقتصاد المعرفة، ما عدا مدينة دبي للإعلام، التي توفر "مدينة استوديوهات"، لاستقطاب المؤسسات العالمية، والاقليمية لصناعة السينما والدراما.

- تواجد مجموعة من القنوات التلفزيونية العربية، ترفع شعار قنوات دينية، أو طائفية تعرض رسائل إعلامية، تكفيرية، إقصائية، عنصرية، تفريقية، بين فئات، وعناصر الوطن الواحد، وتدعو للتعصب، وإشاعة الفتنة والحقد والكراهية. وأخرى تنشر مضامين لمعتقدات وهمية، خرافية، تميل للدَّجل، والشعوذة، وهي في توسع وانتشار مستمر، وتخضع معظمها لأجندات سياسية، تحارب مفهوم الدولة والمواطنة والسلم والأمن الاجتماعيين. (**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2014:ص** 40)

- ظهور وانتشار قنوات تلفزيونية (العراق وسوريا)، تدعو إلى التقسيم الجغرافي والسِّياسي والانفصال عن الوطن الأم، بحجة التهميش والاقصاء، الذي يتعرض له أفراده من قبل السلطات الحاكمة، وتحمل مضامين هذه القنوات بعداً طائفياً أو قبلياً.(**التقرير السنوي للبث الفضائي العربي، 2015: ص ص 43و44**).

- القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة في الغناء والموسيقى والرقص، قنوات رِّبحية بالدرجة الأولى، فقد استحدثت العديد من الطرق لزيادة مداخيلها المالية، فمثلا قناة Melody Hits، تفرض على المغني دفع مبلغ 500 دولار، مقابل عرض أغنيته ثلاث مرات في اليوم، أما قناة Melody Arabia، فتتيح لمشاهديها فرصة الدردشة والتمتع بخدمة التوافق بين المحبين، فلا هي تهتم بترقية الأغنية العربية ولا بتحريرها من قيود التلفزيون الحكومي. (**لعياضي، وتمار، 2007، ص80**).

- سيطرة الانتاج الأجنبي على المضمون البرامجي للقنوات التلفزيونية العربية، فمثلاً معظم برامج قناة MBC4 أجنبية، أمريكية بالدرجة الأولى، بالإضافة إلى الانتاج الدرامي التركي والانتاج الدرامي الكوري الجنوبي.

خاتمة:

أصبح في وقتنا الحالي الحديث عن التلفزيون وخصوصياته ضربا من المغامرة، خاصة وأنّنا أمام حتمية تكنولوجية فرضت نفسها على كل مناحي الحياة الانسانية...وأثرت بشكل جدي وعميق على الوسيلة الإعلامية التقليدية، وعلى طبيعة الجمهور، ونقلته من مرحلة التعرض والتلقي إلى مرحلة الاستخدام والتفاعلية والتشاركية، بالإضافة إلى الرسالة الإعلامية، التي بدورها تغيرت شكلا ومضمونا، وتشبعت بخصوصيات الحامل التكنولوجي...

وقد تبين من خلال ما تم تقديمه أعلاه، أنّ المشهد التلفزيوني العربي يتميز في مرحلة عرفت بنهاية التلفزيون، وغيرها من الوسائل امام ميديا جديدة صنعت المشهد العالمي، ووضعت الميديا التقليدية، امام إشكالية وجودية عميقة، يتميز بتكاثر عددي غير مسبوق للقنوات التلفزيون العربية حسب ما قدم من احصائيات. إلا أنّ الواقع يحيل إلى حقيقة مفادها أنّ التنوع العددي لم يحرر الإعلام العربي من التبعية الاجنبية سواء على مستوى الشكل أو المضمون، ولم يرقي الانتاج العربي القومي... بالإضافة إلى ترسيخ خطابات ايديولوجية اقصائية ...لا تدافع عن الهوية المشتركة وإنّما تنمي الخلاف باسم الاختلاف.

المراجع:

1. "البث الفضائي العربي، التقرير السنوي". (2014)، مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية.
2. لعياضي، نصر الدين، اشكآلياتالإعلام في عصر العولمة ، على الموقع http://www.sironline.org
3. بودهان، يامين. (2014) . تحولات الإعلام المعاصر . الاردن :دار إلىازوري للنشر والتوزيع.
4. العيفة، جمال. (2003). الثقافة الجماهيرية. منشورات جامعة باجي مختار. الجزائر.
5. الصادق، الحمامي . (2009). الإعلام الجديد و الإعلام الكلاسيكي بين الاتصال و الانفصال ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ،القاهرة ، العدد 33،
6. البث الفضائي العربي ، التقرير السنوي (2014)، تونس : اتحاد اذاعات الدول العربية .
7. البث الفضائي لعربي، التقرير السنوي(2012/2013).
8. البث الفضائي العربي، التقرير السنوي(2012/2013) .
9. البث الفضائي العربي ،التقرير السنوي (2014).
10. البث الفضائي العربي ،التقرير السنوي(2015) .
11. لعياضي ، نصر الدين و تمار، يوسف . (2007). فن البرمجة وإعداد الخارطة البراجمية في القنوات التلفزيونية العربية : جدلية التصور و الممارسة. اتحاد اذاعات الدول العربية. تونس .

أشكال التفاعل مع القضاياَ الاجتماعية لدي مُستخدمي برامج صحافة الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية"

Forms of interaction with social issues among users of video journalism programs across social networks' Field '

أ/محمود محمد أحمد محمد*

مُلخص:

هدفت الدراسة التعرف على أشكال تفاعل المبحوثين مع القضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، والقاهرة اليوم بقناة "اليوم"، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح بالعينة لمسح عينة من مُستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة استبيان طبقت على عينة قوامهاَ (400) طالب وطالبة من طلاب جامعتي القاهرة، والمنياَ من مُتابعي القضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، **وتوصلت الدراسة إلى**: وجود علاقة الارتباطية بين مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وأشكال التفاعل معهاَ، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (0.43 **)، وهي دالة عند مُستوي (0.01)، ووجود علاقة مدي مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ودرجة الاستفادة منهاَ، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (0.41 **). وهي دالة عند مُستوي (0.01).

الكلمات المُفتاحية: أشكال التفاعل، القضاياَ الاجتماعية، صحافة الفيديو، مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract:

The study aimed at identifying respondents forms of interaction with social issues in my journalism Forum program channel France24 ' English ', Cairo today ' today ' channel, this study used a sample survey approach to survey a sample of users of my journalism Forum program channel France24 An Arab ', Cairo today ' today ' channel, and data were collected through a questionnaire sheet applied to a sample of (400) students of Cairo University students users, Minya of souped-up social

*1 - باحث دكتوراه بقسم الإعلام التربوي– بكلية التربية النوعية– جامعة المنية– مصر

issues, programmatic channel press forum page ' France24 Arabic ', Cairo today on channel ' Today,

The study found: link relationship between respondents social issues up my press Forum program channel France24 ' English ', Cairo today ' today ' channel, and interaction with, the total value of the correlation coefficient (0.43 *), and is a function at the level (0.01), And a relationship how respondents social issues up my press Forum program channel France24 ' English ', Cairo today ' today ' channel, and the degree of benefit, the total value of the correlation coefficient (0.41). It is a function.

key words: Forms of interaction, Social issues, Video journalism, Social networking sites.

مُقدمة:

أصبحت التفاعلية سمة من السمات الهامة التي تتميز بهاَ وسائل الإعلام والاتصال الحديثة على شبكة الإنترنت.

وتُعد صحافة الفيديو من الأنماط الأكثر تفاعلاً لدي مُستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي، وخاصة التفاعل مع القضاياَ الاجتماعية بالأفكار والرؤى والتي تثير اهتمام الجمهور بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، حيث أصبحت صحافة الوسائط المتعددة تتواجد على أغلب المنصات الإلكترونية من شبكات اجتماعية وتطبيقات اتصالية وبرامج تفاعلية" على الشبكة، حيث ساعدت الثورة الاتصالية على اندماج منصات الويب 20. والتطبيقات التفاعلية إلى توفير الإمكانات والخدمات التفاعلية لمستخدمي المواقع الإلكترونية الإعلامية على الشبكة، فقد تأثر العمل الإعلامي بهذه التطورات الأمر الذي جعل وسائل الإعلام الاجتماعي هي الأجدر على التواصل مع الجماهير والاسرع في نقل الأخبار من موقع الحدث.

وأصبحت صحافة الفيديو هي طريقة العمل الجديدة للعاملين في وسائل الإعلام الاجتماعي، حيث أصبحت تعتمد على منسوبيها ومراسليهاَ في إنتاج وصناعة الأخبار ونقل الأحداث الحية بالصوت والصورة في شتي إنحاء العالم وهو ماَ دفع المؤسسات الإعلامية لتدريب الصحفيين وتجزيهم ليكوناَ مُستقلين بالكامل، وفي ضوء ماَ سبق سوف تبحث الدراسة الحاليةفي **أشكال التفاعلية مع القضاياَ الاجتماعية لدي مُستخدمي برامج صحافة الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي.**

الدراسات السابقة:

أعتمد الباحث في تقسيم الدراسات السابقة على محورين هماَ:

اولاً: دارسات تناولت تفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي

ثانياً: اولاً: دراسات تناولت صحافة الفيديو

اولاً: دراسات تناولت صحافة الفيديو

هدفت دراسة إيمان الغريب (2018م). رصد سياسات ومحددات وأخلاقيات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية، ورصد تعليقات الجمهور المصاحبة لهذه المقاطع، واستخدمت هذه الدراسة منهج الوصفي التحليلي، واشتملت على عينة تحليلية ممثلة في موقعي" اليوم السابع، فيتو" لتحليل مُحتوي مقاطع الفيديو والتعليقات المصاحبة لهاَ، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة تحليل المضمون، وتوصلت إلى: أن المضامين الاجتماعية لمقاطع الفيديو جاءت لصالح "الأخبار، التقارير" كأكثر الفنون الصحفية توظيفاً بنسبة65%، بينماَ تم توظيف مقاطع الفيديو في عرض الأحداث الجارية بنسبة 56.4%، مقابل 43.6% للأحداث الغير جارية، أن إجمإلى مقاطع الفيديو التي تم التعليق عليها 93.9%، بينماَ تبنت تعليقات الجمهور نماذج إيجابية ببث الشعور بالمسئولية بنسبة33.8%، وأبرزهاَ نماذج إيجابية بنسبة18.4%، والدفاع عن المصالح العامة للمجتمع بنسبة11.2%، في حين قامت بإبراز نماذج سلبية بنسبة26% واستعانت بألفاظ غير لائقة بنسبة17.1%، **بينماَ سعت دراسة دراية ريديك، شاتفيلد Reddick, c, chatfield (2017 م).** التعرف على دور اليوتيبفي عملية تبادل المعلومات من قبل المستخدمين والتفاعل معهاَ من أجل تعزيز دور اشرطة الفيديو في نجاح مبادرة الشفافية التي سعت لهاَ حكومة جاكرتاَ الجديدة في القضاء على الفساد الحكومي والسياسي التي قامت به الحكومات السابقة، واشتملت على عينة قوامهاَ (1080) مفردة من الشباب المستخدمين لقنوات الاتصال الحكومية، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على استبيان إلكتروني متاح على مواقع الاتصال الحكومي لحكومة جاكرتاَ، وتوصلت إلى أن المجتمع بشكل عام يدعم استخدام الحكومة الجديدة لوسائل الإعلام التكنولوجية وقنوات اليوتيبمن أجل تسهيل الخدمات واستجابة من الحكومة للرغبات المواطنين على العكس من الحكومة القديمة التي كانت تتهم بالفساد السياسي ولم تستطع حل المشكلات التي تواجه المواطنين.

ثانياً : دارسات تناولت تفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي:

هدفت دراسة إيمان محمد(2017م). التعرف على مدي تأثير الاتصال التفاعلي لدى مُستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية على مستويات التفاعُل مع القضايا الدينية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، وتكونت عينة الدراسة الميدانية من (400) مفردة من طلاب جامعتي القاهرة، المنيا، بينما تمثلت عينة الدراسة التحليلية في صفحتي قناة "D w الألمانية عربي"، وقناة"France 24 عربي"، وقناة France24 "لتحليل شكل ومضمون هذه الصفحات، ورصد أنماط التفاعل حول القضايا الدينية موضوع البحث، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداتي الاستبانة وتحليل المضمون، وتوصلت إلى: وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين تأثير الاتصال التفاعلي لمستخدمي صفحتي قناة "DW الألمانية عربي"، وقناة "France 24 عربي" ومدي تفاعلهم مع القضاياَ الدينية، حيث بلغت نتيجة معامل الارتباط (00.59)، وهي دالة عند مُستوي (0.01).

كماَ أهتمت دراسة جونسون، كاي gohnson,kaye (2016 م). بالتحقق من مُستوي تفاعل الجمهور الأمريكي مع مجموعة من الوسائل التقليدية والجديدة كمصدر للمعلُومات السياسية ومستوي تفاعل المبحوثين مع تلك المصادر، و تبعيتهم لمصداقيتهاَ، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، واشتملت الدراسة على عينة قوامهاَ(1216) من المبحُوثين المستجيبين لاستطلاع رأى إلكتروني على موقع murk mechanical Turk، وتوصلت الدراسة إلى: أن الصحف المطبوعة والإلكترونية كانت أكثر المصادر مصداقية للمعلومات السياسية لدي المبحوثين بمُتوسط9.1%، يليها القنوات cnn بمتوسط8.9%،fox news بمتوسط 6.8%ثم موقع "توتير" بمتوسط6.8%.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أتضح من الدراسات السابقة اهتمام المدرستين العربية والأجنبية بتفاعلية صحافة الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي كونهاَ وسيلة تتيح للمُستخدم التفاعُل مع المضامين الإعلامية التي تتضمن الموضوعات والقضاياَ المختلفة، فهي خاصية للوسيلة والمستخدم معاً، ومن هذه الدراسات دراسة إيمان الغريب (2018 م)، دراسة إيمان محمد (2017م)، **دراسة دراية ريديك، شاتفيلد Reddick, c, chatfield(2017 م)، دراسة جونسون، كاي gohnson,kaye (2016 م)، ومن** هناَ استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مُشكلة الدراسة، وأهدفهاَ، وفروضهاَ، وتساؤلاتهاَ،

وعينتهاَ؛حيثُ ترتبط الأطر النظرية للدارسات السابقة التي تم التعليق عليها في الدراسة الحاليةبأشكال تفاعل مُستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" مع القضاياَ الاجتماعية محل الدراسة.

مُشكلة الدراسة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يتبين أنّ الأخبار وبرامج صحافة الفيديو تكتسب أهمية خاصة لدي مُستخدميهاَ، حيث يعتمد عليها المشاهد في الحصول على المعلومات والأنباء المتعلقة بالقضاياَ الاجتماعية محل الدراسة.

وتُعد البرامج التفاعلية لصحافة الفيديو من أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في استقاء الأخبار، وذلك كماَ تؤكد الأدبيات العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة، ففي ظل التطور التكنولوجي الهائل في وسائل الإعلام الشبكي وحضور القنوات الإخبارية وبرامجهاَ بقوة على مواقع التواصل الاجتماعي لجذب الجماهير والتعبير عن آراءه بحرية تجاه القضاياَ الاجتماعية والمحافظة على السياسية الإعلامية لهذه المؤسسات ومواكبة العصر والتطورات المختلفة في سرعة نقل الأخر، الأمر الذي أدي لظهور إشكالية موضوع الدراسة، ومن هناَ تأتي أهمية الدراسة وإشكإلتهاَ التي تتمحور في تساؤل رئيسي يقول: **ماَ أشكال التفاعل مع القضاياَ الاجتماعية لدي مُستخدمي برامج صحافة الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟** في ظل الحضور الاجتماعي لبرامج التفاعلية لمتابعة مُحتوي المنصات الاجتماعية على الشبكة.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة التعرف على الهدف الرئيسي الآتي، وهو: أشكال التفاعل مع القضاياَ الاجتماعية لدي مُستخدمي برامج صحافة الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ويتفرع من هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

1–التعرف على العلاقة بين مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وأشكال التفاعل معهاَ.

2–تبيان العلاقة بين مدي مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ودرجة الاستفادة منهاَ.

تساؤلات الدراسة:

تتشغل الدراسة في تحقيق أهدافهاَ بالإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي، وهو:

ماَ أشكال التفاعل مع القضاياَ الاجتماعية لدي مُستخدمي برامج صحافة الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

وينبثق من هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الأتية:

1- ماَ العلاقة بين مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وأشكال التفاعل معهاَ.

2- ماَ العلاقة بين مدي مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ودرجة الاستفادة منهاَ.

فرضيات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتهاَ تمثلت فرضيات الدراسة في فرضيتين رئيسيتين، وهماَ:

3- توجد علاقة ارتباطية دالة بين مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وأشكال التفاعل معهاَ.

4- توجد علاقة دالة إحصائية بين مدي مُتابعة المبحوثين للقضايا الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ودرجة الاستفادة منهاَ.

عينة الدراسة:

أجريت هذه الدراسة على عينة عمدية قوامهاَ (400) مُفردة من طلاب جامعتي القاهرة والمنياَ من مُستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" تتراوح أعمارهم ماَ بين 18: 20 عاماً.

ويرجع أسباب اختيار العينة إلى:

1- اختيار الباحث لعينة الشباب المصري إلى صفة الموضوع باعتبارهم فئة وشريحة تُمثل قطاعاً فاعلاً في المجتمع البشري، بالإضافة إلى أنَّ الشباب في هذه الفترة لديه حب الاستطلا ع والكشف عن القضاياَ الاجتماعية التي تثير اهتمامه، وذلك بهف المشكلات المحيطة به.

2- يوجد في مواقع التواصل الاجتماعي شباب ذات مُستويات عمرية مُختلفة، ومُستوى تعليمي مُتنوع وذكور، وإناث مماَ يوفر للباحث عينة تمثل المجتمع الأصلي للشباب تمثيلاً صحيحاً داخل المجتمع لذلك تم توزيع

عينة الدراسة بين بالتساوي لكل من الذكور والإناث بين صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" للتعرف على أشكال تفاعل المبحوثين مع القضاياَ الاجتماعية عينة الدراسة، وقد روعي عند اختيار العينة أن تكون مُمثلة للذكور والإناث، وفيماَ يلي توصيف العينة وفقاً للمُتغيرات الديموغرافية:

جدول (1): توصيف العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (ن=400)

الخصائص الديموغرافية		ك	%
النوع	ذكور	200	%50
	إناث	200	%50
العمر	18: 25	170	%42.5
	25: 35	129	%32.25
	35: 40	101	%25.25
المُستوي التعليمي	بكالوريوس	270	%67.5
	دراسات عليا	130	%32.5
التوزيع الجغرافي	القاهرة	200	%50
	المنيا	200	%50
محل الإقامة	ريف	250	%62.5
	حضر	150	%37.5
المجموع		400	% 100

ومن بيانات الجدول السابق:

أ. **من حيث النوع:** أنّ ماَ نسبته (50%) لكل من الذكور والإناث من عينة الدراسة هم من الذين يستخدمونَ صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" بشكل مُتساوي، ويرجع ذلك لأنّ كلاَ الصفحتين تُعد مصدر هام لحصول الجمهور على الأخبار المتعلقة بالقضاياَ محل الدراسة والتي تُعرض عبر مضامين الفيديو بكلاَ الصفحتين.

ب. **من حيث العمر**: أنّ الفئة العمرية من مُستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" **كانت كالتالي**: من (18: 25) في المركز الأول بنسبة (42.5%)، وفقاً لمتابعة المبحوثين للقضاياَ محل الدراسة، تلاهاَ من (25: 35) في المركز الثاني بنسبة (32.25%)، وأخيراً من (35: 40) في المركز الثالث بنسبة (25.25%).

- **ويتبين من النتائج السابقة**: أنَّ فئة من (18: 30) هي الفئة العمرية الأصغر سناً والأكثر اقبالاً على مُتابعة القضاياَ محل الدراسة بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" ويُفسر ذلك بأنه كلماَ كان السن أصغر، كلماَ زادت نسبة الاهتمام والمتابعة للقضاياَ محل الدراسة.

ت. **من حيث المُستوي التعليمي**:

- أنّ توزيع مُفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي قد عكست مُختلف المستويات التعليمية بجامعتي القاهرة المنياَ والتي تتابع القضاياَ محل الدراسة بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" **والتي جاءت كالتالي**: (بكالوريوس) في المركز الأول بنسبة (67.5%)، ثم (دراسات عليا) في المركز الثاني بنسبة (32.5%).
- **ويتبين من النتائج السابقة**: أنَّ فئة " بكالوريوس"، "دراسات عليا" هي الفئة الأكثر اقبالاً على مُتابعة القضاياَ محل الدراسة والتفاعل معهاَ بصفحتي برنامجي الطبعة الأولي بقناة "دريم 2 "، قراءة في الصحافة العالمية بقناة "France24 عربي"، ويُفسر ذلك بأنه كلماَ كان السن أصغر، كلماَ زادت نسبة المتابعة والتفاعل مع القضاياَ محل الدراسة.

ث. **من حيث التوزيع الجغرافي**:

- أنّ توزيع مُفردات عينة الدراسة وفقاً للمُتغير التوزيع الجغرافي قد جاء بشكل مُتساوي لكل من مُحافظتي القاهرة والمنياَ، فقد حازت كل مُحافظة على (50%) من إجمالي العينة من مُستخدمي بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم".

ج. **من حيث محل الإقامة**:

- أنّ توزيع مُفردات عينة الدراسة وفقاً للمُتغير محل الإقامة لمستخدمي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" **كانت كالتالي**: (الحضر) في المركز الأول بنسبة (67.5%)، ويأتي في المركز الثاني والأخير (الريف) بنسبة (37.5%)

- **ويتبين من النتائج السابقة:** أنَّ فئة "الحضر" هي الفئة الأكثر اقبالاً على مُتابعة القضايا محل الدراسة والتفاعل معهاَ، ويرجع ذلك لأنّ مناطق الحضر ذات كثافة سكانية مُرتفعة عن الريف.

مُجتمع الدراسة:

يتمثل المجتمع البشري في جمهور طلاب الجامعة المستخدم لصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك".

حدود الدراسة:

الحدود البشرية: تتمثل الحدود البشرية لهذه الدراسة في عينة من طلاب جامعتي "القاهرة"، "المنيا" من مُستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" تتراوح أعمارهم بين (18: 40) عاماً حيث طبقت خلال عام 2019م.

الحدود المكانية: تقتصر على مُحافظتي "القاهرة، "المنيا"، وقد تم اختيار مُحافظة المنياَ لأنهاَ ترتبط بمكان دراسة الباحث كماَ أنهاَ تُمثل الوجه القبلي، بينماَ تم اختيار مُحافظة القاهرة الوجه البحري.

الحدود الموضوعية: تقتصر على القضاياَ الاجتماعية محل الدراسة بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، بموقع شبكة "فيسبوك".

الحدود الزمنية: هي الفترة التي قام فيهاَ الباحث بأجراء الدراسة الميدانية على عينة من الشباب المصري مُستخدمي بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، في الفترة الممتدة من 2/1/ 2019 م، وحتى 30/ 2019/4م.

أداة الدراسة:

صحيفة استبيان طبقت على عينة عمدية قوامهاَ (400) مُفردة من طلاب جامعتي" القاهرة"، "المنيا" من مُستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وبالنسبة لأساليب مُعالجة البيانات تم استخدام النسب والتكرارات المئوية، ومُعامل ارتباط بيرسون، أماَ بالنسبة لحساب مُعامل الثبات تم تطبيق الاختبار على 50 مُفردة من أفراد العينة من مُستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك".

نوع الدراسة ومنهجهاَ:

تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية الميدانية التي تسعي بشكل أساسي إلى لمعرفة أشكال التفاعل مع القضاياَ الاجتماعية لدي مُستخدمي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، بالإضافة إلى اختبار صحة الفروض لإيجاد شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وأشكال التفاعل معهاَ، ولقياس شدة واتجاه العلاقة بين مدي مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ودرجة الاستفادة منهاَ وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة لمسح عينة من مُستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، للتعرف على القضاياَ التي تثير اهتمام المبحوثين ومعرفة ردود أفعالهم نحوهاَ.

مُتغيرات الدراسة:

- **المُتغير المُستقل**: أشكال التفاعل مع القضاياَ الاجتماعية.
- **المُتغير التابع**: الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في مُتابعة القضاياَ الاجتماعية.

الإطار المعرفي للدراسة:

مفهوم صحافة الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

صحافة الفيديو تعني إنتاج وتصوير وتحرير المادة الإخبارية وبثهاَ من موقع الحدث عبر البرامج التفاعلية على الشبكة، وتتعدد تعريفات صحافة الفيديو باختلاف الباحثين، ومنهاَ:

يُعرفهاَ إبراهيم محمد (2017، 50) بأنّهاَ: نوع من أنواع الصحافة التليفزيونية ولكن عندماَ يصبح فريق العمل التليفزيوني مكون من عدة أفراد، حيث يقوم شخص واحد بالتصوير والمونتاج والكتابة والتعليق الصوتي ثم أحياناً إضافة الترجمة على التقرير وبثه عن طريق تقنيات الاتصال إلى محطات التلفزيون أو صفحات برامج الصحافة المرئية على الشبكة. كماَ تُمكن المستخدمين من مُشاركة كماَ تُمكنهم من مُشاركة لمختلف الموضوعات السياسية والاجتماعية والاقتصادية في إطار تفاعلي تبادلي بينهم جميعاً في ظل مُناخ عإلى من الحرية بين المستخدمين (عبد الله سعد، 2019، 22).

ويُعرفهاَ دراسة خافيير مايورال، كونشا ايدو **Javier Mayoral, Concha Edo** (**2015,47**) بأنّهاَ: صحافة سمعة مرئية تعتمد في عرض مضامينهاَ على تقنيات الوسائط الرقمية التفاعلية، حيث يقوم الصحفي أو المذيع بتصوير وتحرير وإنتاج مقاطع الفيديو وبثهاَ على شاشات برامج الصحافة المرئية.

وتعرف إجرائياً بأنهاَ: إنتاج وتصوير وتحرير ومُونتاج المادة الإخبارية وبثهاَ من موقع الحدث عبر البرامج التفاعلية على الشبكة.

التفاعلية في صحافة الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

التفاعلية في صحافة الفيديو تعني نسبة الاستجابة أو المبادرة التي يقوم بهاَ المستخدم مُقارنة بماَ يُقدمه المصدر .فإذا كان المصدر يُقدم المحتوى من طرف واحد، فدرجة التفاعلية تكون قليلة أماَ إذا كانت نسبة استجابة ومُشاركة المتلقي عالية فدرجة التفاعلية تكون عالية (**McQuail, D. Mc Quail's,2010.144**)، حيث تعتمد على آلياتالتفاعل المتاحة على الموقع، فكلماَ توفرت آلياتالتفاعل على الموقع كلماَ زادت نسبة التفاعل والحوار والمشاركة بين المرسل والمستقبل حول المحتوى الإعلامي interaktiv medien - Wörterbuch (**Deutsch,2015**).

ونتيجة لتفاعلية هذه الشبكات فأنهاَ تُعتبر أداه مهمة لتدفق المعلومات، حيث يُمكن لمستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي الحصول على العديد من الأخبار والمعلومات التي تعرضهاَ برامج صحافة الفيديو وتبادلهاَ بين مُستخدمي هذه الصفحات (**Terrill L. Frantz.2012.172**).

أشكال التفاعل مع القضايا الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم":

نظراً لحداثة ظاهرة التفاعلية في المجتمعات الافتراضية إلا إنهَّاَ سمة من السمات التي تتميز بهاَ وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، وخاصة التفاعل مع القضاياَ الاجتماعية محل الدراسة بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم".

وتُعد صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وسيلة إعلامية تفاعلية هامة تُتيح لمستخدميهاَ إمكانية التفاعل وتبادل الآراء المختلفة تجاه أبرز الموضوعات المتعلقة بالقضاياَ محل

الدراسة، وتتعدد أشكال التفاعل بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" من تسجيلات الإعجاب وكتابة التعليقات والمشاركات (**محمود محمد، 2017،57–58**)، ومنهاَ:

1– تسجيلات الإعجاب LIKES records:

هي نمط من أنماط التفاعل مُتاح بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "Facebook"، حيث يُمكن لمستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" التفاعُل مع أبرز الموضوعات المتعلقة بالقضاياَ محل الدراسة، إضافة إلى الوسائط المستخدمة في عرض الأخبار والموضوعات المختلفة من فيديوهات وصور عبر الضغط على علامة like ثم الضغط على زر inter، وتتميز خاصية تسجيلات الإعجاب بإمكانية الاشتراك في الصفحات الإخبارية عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم "Email"، وفي الصفحات الأخرى حسب رغبة المستخدم.

2– التفاعل عبر كتابة التعليقات Interaction through writing comments:

هي شكل من أشكال الاتصال التفاعلي مُتاح بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "Facebook" حيث يُمكن لمستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، التفاعُل مع أبرز الموضوعات المتعلقة بالقضاياَ محل الدراسة عبر كتابة التعليقات "comment" ثم الضغط على زر inter، وتتميز هذه الوسيلة بتحقيق إلىة الاتصال التفاعلي بين المستخدمين من خلال تبادل الآراء المختلفة حول الموضوعات المنشورة وإثراء النقاش التفاعلي بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" بين مُذيعي وصحفي القناة والجمهور المتابع لأبرز الموضوعات المتعلقة بالقضاياَ محل الدراسة.

3– المُشاركات Share:

وتعني مُشاركة المستخدمين للمُحتوي الذي تقدمه صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وتداوله بين المستخدمين عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم أو نشره على جروب مُشترك بين المستخدمين أو موقع أخرمن مواقع التواصل الاجتماعي (**خالد مهدي، 2018**، 59)، حيث عملت صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، على تشجيع الجمهُور المستخدم على المشاركة النشطة والفاعلة مع أبرز الموضوعات المتعلقة بالقضاياَ محل الدراسة التي، بالإضافة إلى تحويله من مُتلقي إلى عنصر فعال نشط ومُشارك في العملية الاتصالية عبر المشاركات لهذه البرامج على نطاقات واسعة بين المستخدمين (**Mayfield**, **Anthony,2013**).

الصدق والثبات:

تم تصميم صحيفة الاستبيان والتحقق من الصدق الظاهري في ضوء أهداف وفروض الدراسة، تم عرضهاَ على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام، تم تصميم التساؤلات في ضوء الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لماَ أبدوه من ملاحظات، وتم إجراء اختبار الثبات لصحيفة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Retest باستخدام مُعامل الثبات عبر فترة زمنية من خلال إجابتهُم عليها، وذلك على عينة التقنين وقوامهاَ (50) فرداً من طلاب الجامعة، وقد اعتمدت الباحث في حساب ثبات نتائج الاستبيان على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني وكانت قيمة مُعامل الثبات (90%)، وهو مُعامل ثبات مُرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في استجابات المبحوثين كمّا يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

التحليل الإحصائي:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وادخالهاَ إلى الحاسب الإلى، ثم جرت معالجتهاَ وتحليلهاَ واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم "spss " وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

1- النسب والتكرارات الإحصائية البسيطة لأسئلة الاستبيان.

2- تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون Pearson لإيجاد شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وأشكال التفاعل معهاَ، كماَ تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس شدة واتجاه العلاقة بين مدي مُتابعة المبحوثين للقضايا الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ودرجة الاستفادة منهاَ.

النتائج العامة للدراسة:

تمثلت عينة الدراسة الميدانية في الفئة العمرية 18: 40 من الشباب المصري، حيث شملت عينة قوامهاَ (400) مُفردة من طلاب جامعتي "القاهرة"، "المنياَ" من مُستخدمي صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، بالإضافة إلى نتائج اختبار صحة الفروض وربطهاَ بتساؤلات وأهداف الدراسة، وفيماَ يلي عرض لنتائج الدراسة:

جدول (2)

مُتابعة المبحوثين للقضايا الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" (ن=400) (يُمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	مُتابعة المبحوثين للقضايا الاجتماعية	صفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم"		صفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"	
		ك	%	ك	%
1	التحرش الجنسي في مصر	208	%52	246	%61.5
2	التمكين السياسي للمرأة	192	%48	154	%38.5
3	الهجرة الغير شرعية	–	–	–	–
الإجمالي		400	%100	400	%100

ومن بيانات الجدول السابق يتضح الآتي:

أ. حققت نسبة مُتابعة المبحوثين لمقاطع الفيديو الخاصة بقضية التحرش الجنسي في مصر نسبة قدرهاَ (52%) من بين مقاطع الفيديو الاجتماعية التي وظفتهاَ صفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم" في تغطيتهاَ للشأن المصري، في حين كانت نسبة مُتابعة المبحوثين لمقاطع الفيديو الخاصة بقضية التمكين السياسي بالقناة ذاتهاَ تُمثل نسبة قدرهاَ (48%)، **وبالنسبة لصفحة منتدى الصحافة بقناة France24 عربي"**، فقد أعطي المبحوثين لمتابعة مقاطع الفيديو الخاصة بقضية التحرش الجنسي في مصر أهمية أكثر من مثليتهاَ صفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي مُحققه نسبة قدرهاَ (61.5%)، فيماَ كانت نسبة مُتابعة المبحوثين لقضية التمكين السياسي للمرأة أقل من مثليتهاَ صفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم" مُحققة نسبة قدرهاَ (38.5%).

- **وبالنسبة لقضية الهجرة غير الشرعية لم تتحصل على أي نسبة بكلاَ الصفحتين أي صفر%**
- **ويتبين من النتائج السابقة:** أنّ الغالبية العظمي من المبحوثين يستفادون بدرجة كبيرة من مُتابعة القضاياَ محل الدراسة بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"،

ويرجع ذلك لأنّ البرامج التفاعلية تهدف لجذب أكبر قدر من الجمهور وفتح مجال لأثراء النقاش التفاعلي حول القضاياَ التي تثير اهتمام الجمهور في البرامج التفاعلية على الشبكة.

جدول(28): مدي مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" (ن=400)

م	مدي مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية	صفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم"		صفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"	
		ك	%	ك	%
1	أتابع بدرجة كبيرة	171	%42.75	166	%41.5
2	أتابع بدرجة مُتوسطة	89	%22.25	99	%24.75
3	أتابع بدرجة غير مُنتظمة	140	%35	135	%33.75
	الاجمالي	**400**	**%100**	**400**	**%100**

ومن بيانات الجدول السابق يتضح الآتي:

– برغم حصول استجابة (أتابع بدرجة كبيرة) على أعلى نسبة بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم" بنسبة (42.75%) إلا أنّ هناك اختلاف في فئتي (أتابع بدرجة كبيرة، أتابع بدرجة مُتوسطة).

وبالنسبة لصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي": برغم حصول استجابة (أتابع بدرجة كبيرة) على أعلى نسبة بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم" بنسبة (41.5 %) إلا أنّ هناك اختلاف في فئتي (أتابع بدرجة كبيرة، أتابع بدرجة مُتوسطة).

– وتتفق هذه النتيجة مع نتائج ماَ توصلت إليه دراسة هشام سعيد (2015،127)، حيث أشارت إلى مُتابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة كمصدر هام للحصول على المعلومات والأخبار في المركز الأول (41.3%)، بينماَ أشارت في الدراسة الحالية إلى مُتابعة المبحوثين لصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"

– **ويتبين من النتائج السابقة** أنّ التعرض لمضامين الفيديو بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" لدي المبحوثين أصبح أمراً لديهم يدخل ضمن عادات

التعرض لدى الجمهور أو طقساً من طقوس التعرض يفعلونه كلمّا تسنى لهم الإبحار في الشبكة مع وجود تفوق لصالح صفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم" عن صفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي" في مُتابعة القضايا الاجتماعية بدرجة كبيرة، كما نلاحظ وجود تفوق لصالح صفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي" عن صفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم" "ويرجع ذلك لانّ كلاَ الصفحتين تحظي بثقة كبيرة من قبل الجمهور لماَ تتمتع به من خبرة صحفية ومصداقية في نقل ومُناقشة الأخبار بالنص والصوت والصورة، إضافة إلى كونهاَ وسيلة إعلامية هامة تُقدم أبرز القضاياَ والأحداث وأخر المستجدات على الساحة المحلية والعربية والدولية.

جدول (3) :درجة استفادة المبحوثين من مُتابعة القضايا الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" (ن=400) (يُمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	درجة الاستفادة من متابعة القضاياَ الاجتماعية	صفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم"		صفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"	
		ك	%	ك	%
1	أستفيد بدرجة كبيرة	208	%52	246	%61.5
2	أستفيد بدرجة مُتوسطة	152	%38	80	%20
3	أستفيد بدرجة قليلة	40	%10	74	%18.5
الإجمالي		400	%100	400	%100

ومن بيانات الجدول السابق يتضح الآتي:

- أنّ ماَ نسبته (52%) من عينة الدراسة هم من الذين يستفادونَ من مُتابعة القضاياَ الاجتماعية بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، بينماَ ماَ نسبته (38%) هم من الذين يستفادونَ من مُتابعة القضايا الاجتماعية بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، تلاهاَ ماَ نسبته (10%) هم من الذين يستفادونَ من مُتابعة القضاياَ الاجتماعية بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم".

وبالنسبة لصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي" يتضح لناَ الآتي: أنّ ماَ نسبته (61.5%) من عينة الدراسة هم من الذين يستفادونَ من مُتابعة القضاياَ الاجتماعية بصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة

"France24 عربي"، بينماَ ماَ نسبته (20%) هم من الذين يستفادونَ من مُتابعة القضاياَ الاجتماعية بصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، تلاهاَ ماَ نسبته (18%) هم من الذين يستفادونَ من مُتابعة القضاياَ الاجتماعية بصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي".

– **ويتبين من النتائج السابقة:** أنّ الغالبية العظمي من المبحوثين يستفادون بدرجة كبيرة من مُتابعة للقضاياَ محل الدراسة بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ويرجع ذلك لأنّ البرامج التفاعلية تهدف لجذب أكبر قدر من الجمهور وفتح مجال لأثراء النقاش التفاعلي حول القضاياَ التي تثير اهتمام الجمهور في البرامج التفاعلية على الشبكة.

جدول(4):أشكال تفاعل المبحوثين مع قضية التحرش الجنسي في مصر بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "FRANCE24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" (ن=400) (يُمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	أشكال التفاعل	صفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم"		صفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"	
		ك	%	ك	%
1	تسجيلات الإعجاب like	134	%33.5	127	% 31.75
2	كتابة التعليقات Comment	139	%34.75	138	%34.5
3	عمل المشاركة Share	127	%31.75	135	%33.75
الإجمالي		400	%100	400	%100

ومن بيانات الجدول السابق يتضح الآتي:

- أنّ تفضيلات المبحوثين لاستخدام أشكال التفاعل مع قضية التحرش الجنسي في مصر بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم" **كانت كالتالي:**

(كتابة التعليقات Comment)، في المركز الأول بنسبة (34.75%)، ويرجع استخدام أداة التعليق لأنّهاَ تُعبر عن رأي الجمهور بحرية تجاه القضية سابقة الذكر، ثم (تسجيلات الإعجاب like) في المركز الثاني بنسبة (33.5%)، وأخيراً (عمل المشاركة share) في المركز الثالث بنسبة (31.75%)، ويرجع استخدام المبحوثين لأداة المشاركة لأنهاَ تسمح باتساع القضية وتعدد جمهورهاَ من موقع لأخر.

- وتتفق هذه مع نتائج ماَ توصلت إليه دراسة هشام سعيد (130،2015)، حيث حصلت عبارة كتابة التعليق على المركز الأول بنسبة (69.7 %)، بينماَ جاءت في الدراسة الحالية في المركز الأول.

وبالنسبة لصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي" فقد كانت تفضيلات المبحوثين لاستخدام أشكال التفاعل مع قضية التحرش الجنسي في مصر كالتالي: (كتابة التعليقات Comment)، في المركز الأول بنسبة (34.5%)، ويرجع استخدام أداة التعليق لأنهّاَ تُعبر عن رأي الجمهور بحرية تجاه القضية سابقة الذكر، ثم(عمل المشاركة share) في المركز الثاني بنسبة (33.75 %)، ويرجع استخدام المبحوثين لأداة المشاركة لأنهاَ تسمح باتساع القضية وتعدد جمهورهاَ من موقع لأخر، وأخيراً (تسجيلات الإعجاب like) في المركز الثالث بنسبة (31.75%).

- وتختلف مع نتائج ماَ توصلت إليه دراسة محمود محمد (2018، 119)، حصلت عبارة كتابة التعليقات Comment على المحتوى الأخباري على المركز الرابع بنسبة (13.5 %)، بينماَ جاءت في الدراسة الحالية في المركز الأول.
- **ويتبين من النتائج السابقة أنّ** المبحوثين يجدن أنّ التفاعل وأدواته صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "FRANCE24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، شيء هام لأنه يُساعد في معرفة آراء وأفكار واتجاهات الجمهور تجاه القضاياَ والموضوعات المختلفة، حيث يُمكن تفسير تفضيل المبحوثين لأداة التعليق والمشُاركات من آليات التفاعل، في المقام الأول والثاني بكلاَ الصفحتين بأنهم يميلونَ إلى الإفصاح عن أرائيهم بشكل صريح تجاه القضية سابقة الذكر نظراً لاتساع القضية ومُناقشتهاَ عبر المواقع الإلكترونية على الشبكة والناتجة عن ارتفاع تكاليف الزواج والابتعاد القيم الدينية والأخلاقية وغياب منظومة الأسرة.

جدول(38)

أشكال تفاعل المبحوثين مع قضية التمكين السياسي للمرأة بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "FRANCE24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، (ن=400) (يُمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	أشكال التفاعل	صفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم"		صفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"	
		ك	%	ك	%
1	تسجيلات الإعجاب like	126	%31.5	125	%31.25
2	كتابة التعليقات Comment	140	%35	139	%34.75
3	**عمل المُشاركة share**	134	%33.5	136	%34
الإجمالي		400	%100	400	%100

ومن بيانات الجدول السابق يتضح الآتي:

- **أنّ تفضيلات المبحوثين لاستخدام أشكال التفاعل مع قضية التمكين السياسي للمرأة بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم" كانت كالتالي:**

(كتابة التعليقات Comment)، في المركز الأول بنسبة (35%)، ويرجع استخدام أداة التعليق لأنّهاَ تُعبر عن رأي الجمهور بحرية تجاه القضية سابقة الذكر، ثم (عمل المشاركة share) في المركز الثاني بنسبة (33.5%)، ويرجع استخدام المبحوثين لأداة المشاركة لأنهاَ تسمح باتساع القضية وتعدد جمهورهاَ من موقع لأخر، وأخيراً (تسجيلات الإعجاب like) في المركز الثالث بنسبة (31.5%).

- وتتفق هذه مع نتائج ماَ توصلت إليه دراسة هشام سعيد (2015،130)، حيث حصلت عبارة كتابة التعليق على المركز الأول بنسبة (69.7 %)، بينماَ جاءت في الدراسة الحالية في المركز الأول.

وبالنسبة لصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي" فقد كانت تفضيلات المبحوثين لاستخدام أشكال التفاعل مع قضية التمكين السياسي كالتالي:

(كتابة التعليقات Comment)، في المركز الأول بنسبة (34.75%)، ويرجع استخدام أداة التعليق لأنّهاَ تُعبر عن رأي الجمهور بحرية تجاه القضية سابقة الذكر، ثم (عمل المشاركة share) في المركز الثاني بنسبة (34%)، ويرجع استخدام المبحوثين لأداة المشاركة لأنهاَ تسمح باتساع القضية وتعدد جمهورهاَ من موقع لأخر، وأخيراً (تسجيلات الإعجاب like) في المركز الثالث بنسبة (31.25%).

- وتتفق هذه النتيجة مع نتائج ماَ توصلت إليه مريم نومار (2012، 133)، حيث حصلت عبارة أداة التعليق على المركز الأول بنسبة (25.2%)، بينماَ جاءت في الدراسة الحالية في المركز الأول.

- **ويتبين من النتائج السابقة أنّ** المبحوثين يجدن أنّ التفاعل وأدواته صفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "FRANCE24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، شيء هام لأنه يُساعد في معرفة آراء وأفكار واتجاهات الجمهور تجاه القضاياَ والموضوعات المختلفة، حيث يُمكن تفسير تفضيل المبحوثين لأداة التعليق والمشُاركات وكل ماَ سبق من آليات التفاعل، في المقام الأول والثاني بكلاَ الصفحتين بأنهم يميلونَ إلى الإفصاح عن أرائيهم بشكل صريح تجاه القضية سابقة الذكر نظراً لاتساع القضية ومُناقشتهاَ عبر المواقع الإلكترونية على الشبكة والناتجة عن ارتفاع تكاليف الزواج والابتعاد القيم الدينية والأخلاقية وغياب منظومة الأسرة.

نتائج اختبار صحة الفروض:

- **الفرض الاول: ينص هذا الفرض على أنه:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وأشكال التفاعل معهاَ.

وللتحقق من هذا الفرض تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وأشكال التفاعل معهاَ، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (0.43 **)، وهي دالة عند مُستوي (0.01)، **وبهذا يقبل الفرض القائل بأنه:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وأشكال التفاعل معهاَ، وهذا يدل على أنه كلماَ زادت نسبة متابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم" كلماَ زادت نسبة التفاعل.

- **الفرض الثاني: ينص هذا الفرض على أنه:** توجد علاقة دالة إحصائية بين مدي مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ودرجة الاستفادة منهاَ.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس شدة واتجاه العلاقة بين مدي مُتابعة المبحوثين للقضايا الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ودرجة الاستفادة منهاَ، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (0.41 **)، وهي دالة عند مُستوي (0.01)،

وبهذا يقبل الفرض القائل بأنه: توجد علاقة دالة إحصائية بين مدي مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ودرجة الاستفادة منهاَ، وهذا يدل بأنه كلماَ زاد مدي المتابعة كلماَ زادت درجة الاستفادة.

النتائج العامة للدراسة:

- حققت نسبة مُتابعة المبحوثين لمقاطع الفيديو الخاصة بقضية التحرش الجنسي في مصر بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم "نسبة قدرهاَ (52%)، مقابل (61.5%) لصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة France24 عربي"، بينماَ حققت نسبة مُتابعة المبحوثين لمقاطع الفيديو الخاصة بقضية لقضية التمكين السياسي للمرأة بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم " نسبة قدرهاَ (48%)، مقابل (38.5%) لصفحة منتدى الصحافة بقناة France24 عربي".
- وجود ارتفاع في مدي مُتابعة المبحوثين للقضايا الاجتماعية بدرجة كبيرة بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم" بنسبة (42.75%)، مُقابل (41.5%) لصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "Frane24 عربي".
- وجود ارتفاع في نسبة استفادة المبحوثين من مُتابعة المبحوثين القضاياَ الاجتماعية بصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "Frane24 عربي" بنسبة (61.5%)، مقابل (52%) لصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "Frane24 عربي".
- وجود ارتفاع في نسبة استخدام المبحوثين لأشكال التفاعل مع قضية التحرش الجنسي في مصر بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم" عن صفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "Frane24 عربي"، فقد جاءت (كتابة التعليقات Comment)، في المركز الأول بنسبة (34.75%)، ويرجع استخدام أداة التعليق لأنّهاَ تُعبر عن رأي الجمهور بحرية تجاه القضية سابقة الذكر، ثم (تسجيلات الإعجاب like) في المركز الثاني بنسبة (33.5%)، وأخيراً (عمل المشاركة share) في المركز الثالث بنسبة (31.75%)،
- وجود ارتفاع في نسبة استخدام المبحوثين لأشكال التفاعل مع قضية التمكين السياسي للمرأة بصفحة برنامج منتدى الصحافة بقناة "Frane24 عربي"، عن صفحة بصفحة برنامج القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، فقد جاءت (كتابة التعليقات Comment)، في المركز الأول بنسبة (34.75%)، ويرجع استخدام أداة التعليق لأنّهاَ تُعبر عن رأي الجمهور بحرية تجاه القضية سابقة الذكر، ثم (عمل المشاركة share) في المركز الثاني بنسبة (34%)، وأخيراً (تسجيلات الإعجاب like) في المركز الثالث بنسبة (31.25%).

- وجود علاقة الارتباطية بين مُتابعة المبحوثين للقضاياَ الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، وأشكال التفاعل معهاَ، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (0.43 **)، وهي دالة عند مُستوي (0.01).
- وجود علاقة مدي مُتابعة المبحوثين للقضايا الاجتماعية بصفحتي برنامجي منتدى الصحافة بقناة "France24 عربي"، القاهرة اليوم بقناة "اليوم"، ودرجة الاستفادة منهاَ، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (0.41 **).

خاتمة وتوصيات البحث:

- ضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية بصحافة الفيديو على شبكة الأنترنت ودعمهاَ من خلال العامليين بوسائل الإعلام الاجتماعي وتدريب الصحفيين على استخدام تقنيات الحديثة للتصوير الرقمي وتقنيات البث من موقع الحدث.
- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات التي تتعلق بصحافة الفيديو ومدي تأثيرهاَ على جمهور البرامج التفاعلية على الشبكة تجاه القضاياَ والموضوعات المختلفة وذلك للوصول إلى نظريات وتصورات جديدة ومُبتكرة في إطار العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام الجديد.

المصادر والمراجع:

أولا: المصادر والمراجع العربية:

- إيمان محمد الغريب(2018م). محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية وصفحاتهاَ على مواقع التواصل الاجتماعي "دراسة في أخلاقيات النشر وخطاب تعليقات الجمهور"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- إيمان محمد أحمد(2017). تأثير الاتصال التفاعلي لدى مُستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية على التفاعل مع القضاياَ الدينية، **بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد59، نوفمبر2017.
- إبراهيم محمد عطية عبد الله (2017). أولويات القضايا المقدمة في صحافة الفيديو وعلاقتُها بترتيب أولويات الجمهُور، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- خالد مهدي حامد الشاعر (2018م). المعالجة في قنوات اليوتيوب ومدى إدراك الجمهُور المصري لها "دراسة تطبيقية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.
- عبد الله سعد العنزي (2019). علاقة تعرض الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي بالوعي السياسي لديهم، رسالة **ماجستير غير منشورة**، الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.
- محمود محمد أحمد(2017). الاتصال التفاعلي لدي مستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباعات المتحققة منها، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
- مريم نريمان نومار (2011). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة على عينة من مُستخدمي مواقع الفيس بوك في الجزائر، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الجزائر: جامعة الحاج حضر بانته، كلية العلوم الإنسانية.
- هشام سعيد فتحي عمر البرج(2015). تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عب الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.

ثانياً المصادر والمراجع الأجنبية:

- Interaktiv medien- Wörterbuch Deutsch: Wörterbuch, Übersetzer. (2015). Available at: http://worterbuchdeutsch.com/de/interaktiv
- Javier Mayoral, Concha Edo(2015). Towards a new audiovisual narrative: an analysis of videos published by five online Spanish newspapers, Faculty of Communication. Complutense University of Madrid. Spain.
- Mayfield, Anthony.(2013). What is Social Media? (Online resource: ICrossing. Available on the website of 5/10/2013: http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- McQuail, D. Mc Quail's(2010). Mass Communication Theory, 6th ed. ,Los Angeles: SageP. 144.
- Mayfield, Anthony. (2007). What is Social Media? (Online resource: ICrossing : http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- Reddick, c, chatfield, A, T, (2017). BrAgawidagda, u, Increasing policy success through the use of social media cores channels for citizen political Engagement In proceedings of the 50th Hwaii international conference on system science,2017, gonuary.
- Terrill L. Frantz(2012). A Social Network View of Post- Merger Integration ,Advances in Mergers & Acquisitions, Vol. 10.pp. 172.

حوكمة تكنولوجيات الإعلام والاتصال الرياضي: مدخل استراتيجي لمسايرة العولمة في المجال الرياضي

Governance of Information Technologies and Sports Communication: A Strategic Approach to Converting Globalization in the sports field

د.عطاءالله طريف *

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الورقة البحثية في التطرق إلى أحد أبرز مواضيع الساعة حول حوكمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال: مدخل استراتيجي لمسايرة العولمة في المجال الرياضي، حيث ركزت على البناء المفاهيمي للحوكمة الوافد لنا من المنظور الاقتصادي والمنظماتي وربطه بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الراهنة و حوكمتها لوضعها كإطار استراتيجي يساعد على مسايرة ومرافقة وتتبع مظاهر العولمة المتعددة ومنها الميدان الرياضي على الخصوص.إن هاته الورقة البحثية تحاول التركيز على الأطر المفاهيمية لكل من الحوكمة وحوكمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتعرض لأهدافها ووظائفها، وصولا إلى تمظهراتها في الواقع الإعلامي الراهن.

فحوكمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي تعد أحد تطورات ونتاج لثورة الاتصال في كافة الميادين واسقاط ذلك على المجال الرياضي بحكم ما توصل له هذا المجال في ظل فردانية العولمة التي يرى منتقدوها أنها تعمل على إحلال الحس المالي محل العلم والجهد والعمل والإنتاج عبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

-الكلمات الدالة:

الحوكمة/ تكنولوجيا الإعلام والاتصال/ العولمة/المجال الرياضي.

*[1] - **عطاءالله طريف**، أستاذ محاضر "أ"بقسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الأغواط-الجزائر

Abstract:

This paper aims at addressing one of the most important topics on ICT governance: a strategic approach to the globalization of sports, focusing on the conceptual construction of governance coming from the economic and organizational perspective, linking it to the current information and communication technologies and judging it as a strategic framework to help accompany and accompany And follow the various manifestations of globalization, including the sports field in particular. It tries to focus on the conceptual frameworks of governance, information technology governance and communication, exposure to its objectives and functions, and to its presence in the current media reality.

The information and communication technology governance, which is one of the developments and the result of the revolution of communication in all fields and dropping it on the sports field because of the achievement of this area in the light of the individuality of globalization, which critics see it is working to replace the financial sense of science and effort and work and production through information and communication technology.

Key Words: Governance/ Information and communication technology – ICT-/ Globalization/ Sports Field

مقدمة:

حوكمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال لم تأت بمحض الصدفة أو العفوية، بل كانت نتاج تطورات متسارعة ومتلاحقة شهدها وعرفها العالم الحالي انطلاقا من ديناميكية مراحل تطور المجتمعات، من مجتمع زراعي معتمد على الإنتاج الزراعي، إلى مجتمع صناعي كان للثورة الصناعية في أوربا فضل بروزه واستمراره، ووصولا إلى المجتمع الحداثي أو ما يسمى بمجتمع المعلومات الذي واكبته جموع التطورات الحاصلة في تقنيات الاتصال والحاسبات الآلية واندماج ذلك مع طبيعة الأنظمة الاقتصادية الراهنة.

ولقد كان لانهيار اقتصادات الشركات الاقتصادية الأثر البالغ في البحث عن سبل وطرق من شأنها رأب صدع تلك المنظمات من أجل استعادة مكانتها وقدراتها التنافسية أمام أعتى الشركات في سوق ضخم لا يرحم الضعيف أبدا، وبالتالي كان من الضروري على الخبراء في مجال الإدارة والاقتصاد السعي لإيجاد آليات تكفل بقاء واستمرار منظماتهم خاصة في ظل التنامي الواسع لظهور المفاهيم الجديدة كالعولمة والحداثة وما بعد الحداثة...إلخ.

إن هذا الوضع الراهن أوجد بما يسمى الحوكمة التي تعمل على قياس إنتاجية الفرد خلال فترة معينة وبيان مدى مساهمته في تحقيق أهداف الوحدة الإدارية التي يعمل بها.

إلا أن الأمر لم يبق على حاله، فقد بحث المنظمات إلى ضرورة الاهتمام بتكنولوجيا الإعلام والاتصال باعتبارها نظاما فرعيا أو عنصرا مكملا لحوكمة المنشأة وأحد مفاتيح نجاح المنظمات، بل ركزوا على ضرورة حوكمتها، وأصبحت تعد كأحد الأبعاد الأساسية لحوكمة الشركات وحظيت باهتمام بالغ على كافة الأصعدة سواء الحكومية، التشريعية، الرقابية، ومنشآت الأعمال، وذلك بهدف تحسين أداء المنشآت وزيادة القيمة للملاك وإدارة المخاطر المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات، وظهور العديد من التشريعات المنظمة لاستخدامها مثل التوقيع الالكتروني والاتصالات وتداول المعلومات وإصدار المواصفات الدولية لحماية المعلوماتISO 27001 عام 2005، والتي يطلق عليها نظم حماية المعلومات مما أدى إلى ضرورة الاهتمام بتطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات كنظام فرعي من حوكمة المنظمات. وبالتالي يمكن طرح التساؤل العام التالي: **ما هي أهداف ووظائف ومظاهر حوكمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال لمسايرة العولمة في المجال الرياضي؟**

- **تساؤلات الدراسة:**

- ما هي أهم المداخل المفاهيمية للحوكمة؟
- ما هي المداخل المفاهيمية لحوكمة تكنولوجيات الإعلام والاتصال؟
- ما هي أهداف ووظائف حوكمة تكنولوجيات الإعلام والاتصال لمسايرة العولمة في المجال الرياضي؟
- ما هي مظاهر حوكمة تكنولوجيات الإعلام والاتصال لمسايرة العولمة في المجال الرياضي؟

1. مدخل مفاهيمي حول الحوكمة:

1-1- مفهوم الحوكمة:

أصبحت كلمة "Governance" تتردد كثيرا في الآونة الأخيرة، وقد تم تناولها بأكثر من معنى، حيث تم ترجمتها على اللغة العربية على أنها حكم أو حكمانية أو الرقابة أو السيطرة أو الحكمانية وأيضا كأسلوب ممارسة وأسلوب إدارة والانضباط السلوكي وأخيرا الحوكمة. فمصطلح "حوكمة" يحافظ على جذر الكلمة المتمثل في "ح.ك.م"

وهي على وزن "فوعلة" وتنطوي على معاني الحكم والرقابة سواء من خلال جهة رقابية داخلية أو من خلال جهة رقابية خارجية.[1]

لا يوجد إجماع في الأدبيات على تعريف موحد لمصطلح الحوكمة، فتعرف مؤسسة التمويل الدولية (IFC) الحوكمة بأنها: " النظام الذي يتم من خلاله إدارة الشركات والتحكم في أعمالها". كما تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) بأنها: " مجموعة من العلاقات التي تربط بين القائمين على إدارة الشركة ومجلس الإدارة وحملة الأسهم وغيرهم من أصحاب المصالح". كما يوجد تعريف آخر للحوكمة يدور حوله الطريقة التي تدار بها الشركة وإلى التعامل مع جميع أصحاب المصالح فيها، بدء من عملاء الشركة والمساهمين والموظفين–بما فيهم الإدارة التنفيذية وأعضاء مجلس الإدارة–وانتهاء بآلية تعامل الشركة مع المجتمع ككل.[2]

وبشكل عام فإن الحوكمة تمثل وسيلة او نظام إدارة لإقامة مسار مستقيم والحصول على عمل مسلسل لصالح الجميع. وبمصطلحات الأعمال التجارية فإن الحوكمة هي طريقة أو نظام لحماية استثمارات رأس المال لحاملي الأسهم وذلك من خلال صياغة وتطبيق استراتيجية تطور وتستغل الأصول الاستراتيجية المستخدمة لإنتاج مزايا تنافسية مستمرة وقيمة لحاملي الأسهم في الأجل الطويل، وكل ذلك بشكل قانوني وأخلاقي.[3]

فالحوكمة تعني وجود نظم تحكم العلاقات بين الأطراف الأساسية في الشركة (أعضاء مجلس الإدارة، الإدارة التنفيذية، المساهمين... إلخ) بهدف تحقيق الشفافية والعدالة ومكافحة الفساد ومنح حق مساءلة إدارة الشركة لحماية المساهمين والتأكد من ان الشركة تعمل على تحقيق أهدافها واستراتيجياتها الطويلة الأمد.[4]

1-2- نشأة الحوكمة:

ظهرت الحاجة إلى الحوكمة في العديد من الاقتصاديات المتقدمة والناشئة خلال العقود القليلة الماضية، وخصوصا بدرجة كبيرة على الشركات الخاصة لتحقيق معدلات مرتفعة ومتواصلة من النمو الاقتصادي، وقد أدى اتساع حجم تلك المشروعات إلى انفصال الملكية عن الغدارة، وشرعت تلك المشروعات في البحث عن مصادر للتمويل أقل تكلفة

1- **نادر شعبان إبراهيم السواح، ومحمد عبد الفتاح على إبراهيم**، حوكمة تكنولوجيا المعلومات، ط1؛ الاسكندرية: الدار الجامعية، 2016، ص 24-25.

2- **مركز أبو ظبي للحوكمة**، أساسيات الحوكمة: مصطلحات ومفاهيم، سلسلة النشرات التثقيفية لمركز أبو ظبي للحوكمة، الإمارات العربية المتحدة، ص 05.

3- **نادر شعبان إبراهيم السواح، ومحمد عبد الفتاح على إبراهيم**، مرجع سبق ذكره، ص25

4- **مركز أبو ظبي للحوكمة**، مرجع سبق ذكره، ص 05

من المصادر المصرفية، فاتجهت على أسواق المال. وساعد ذلك ما شهده العالم من تحرير للأسواق المالية، فتزايدت انتقالات رؤوس الأموال عبر الحدود بشكل غير مسبوق، وذف اتساع حجم الشركات وانفصال الملكية من الإدارة على ضعف آليات الرقابة على تصرفات المديرين، وإلى وقوع كثير من الشركات في أزمات مالية؛ ومن أبرزها دول جنوب شرق آسيا واواخر التسعينات، ثم توالت بعد ذلك الأزمات، ولعل من أبرزها أزمة شركتي "أنرون وورلد كوم في الولايات المتحدة.[1]

وكذلك أوربا، فقد كانت أولى هذه الأزمات تلك التي عصفت بدول جنوب شرقي آسيا ومنها ماليزيا، وكوريا، واليابان عام 1998. فقد نجم عن هذه الأزمة تعرض العديد من الشركات العملاقة إلى ضائقة مالية كادت ان تطيح بها؛ مما استدعى وضع قواعد للحوكمة لضبط عمل جميع أصحاب العلاقة في الشركة. وتزيدت أهمية الحوكمة نتيجة لاتجاه كثير من دول العالم إلى التحول إلى النظم الاقتصادية الرأسمالية التي يعتمد فيها درجة كبيرة على الشركات الخاصة لتحقيق معدلات مرتفعة ومتواصلة من النمو الاقتصادي.[2]

وقد أدى على اتساع حجم تلك المشروعات إلى انفصال الملكية عن الإدارة، وشرعت تلك المشروعات في البحث عن مصادر للتمويل اقل تكلفة من الاستدانة، فاتجهت إلى أسواق المال. وساعد على ذلك ما شهده العالم من تحرير الأسواق المالية، فتزايدت انتقالات رؤوس الأموال عبر الحدود بشكل غير مسبوق ودفع اتساع حجم الشركات وانفصال الملكية عن الإدارة إلى ضعف آليات الرقابة على تصرفات المديرين وإلى وقوع كثير من الشركات في أزمات مالية.[3]

ودفعت تلك الازمات العالم الاهتمام بالحوكمة، وبناء على ذلك، تهدف قواعد وضوابط الحوكمة إلى تحقيق الشفافية والعدالة، ومنح حق مساءلة إدارة المنظمة، ما يؤدي إلى تحقيق الحماية لأصحاب الحقوق وحملة الوثائق جميعا، مع مراعاة مصالح العمل والعمال، والحد من استغلال السلطة في غير المصلحة العامة، بما يؤدي على تنمية الاستثمار وتشجيع تدفقه، وتنمية المدخرات، وتعظيم الربحية، وإتاحة فرص عمل جديدة.[4]

1- **محمد ياسين غادر**، "محددات الحوكمة ومعاييرها"، المؤتمر العلمي الدولي: عولمة الإدارة في عصر المعرفة (115-17 ديسمبر 2012)، طرابلس-بنان، ص 13.

2- **مركز أبو ظبي للحوكمة**، مرجع سبق ذكره، ص 06.

3- **المرجع نفسه**، ص 06.

4- **محمد ياسين غادر**، مرجع سبق ذكره، ص 13-14.

1-3- أهداف الحوكمة وفوائدها:

1-3-1- أهداف الحوكمة: يلخص مركز أبو ظبي للحوكمة العديد من الأهداف أهمها:[1]

- **الشفافية:** تعتبر الشفافية من المفاهيم الحديثة المتطورة في الحوكمة، والتي يجب على الإدارة الواعية لما لها من أهمية على الشركة والأطراف المعنية بها. وتعني الشفافية الانفتاح والتخلي عن الغموض والرية والتضليل، وجعل كل شيء قابلا للتحقق والرؤية السليمة.

- **المساءلة:** يحق للمساهمين مساءلة الغدارة التنفيذية عن أدائها وهذا ق يضمنه القانون وأنظمة الحوكمة لهم. كما تضمن المساءلة مسؤولية الغدارة التنفيذية أمام مجلس الإدارة ومسؤولية المجلس أمام المساهمين.

- **المسؤولية:** تهدف أنظمة الحوكمة إلى رفع الحس بالمسؤولية لدى شقي الإدارة (مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية) وان يتصرف كل عضو من أعضاء مجلس الغدارة بدرجة عالية من الاخلاق المهنية. كما تقر المسؤولية بالحقوق المدنية للمساهمين وتشجع التعاون بين الشركة والمساهمين في أمور شتى منها الربح وتوفير فرص العمل وتحقيق الاستدامة الاقتصادية.

- **المساواة:** المقصود بالمساواة هي المساواة بين صغار المستثمرين وكبارهم، كما يقصد بها المساواة بين المستثمرين المحليين والأجانب على حد سواء. فعلى سبيل المثال، فإن مالك السهم الواحد يمتلك الحقوق نفسها التي يمتلكها مالك المليون سهم كالتصويت والمشاركة في الجمعية العمومية، ومساءلة مجلس الإدارة، وحصة من توزيع الأرباح، إلخ.

1-3-2- فوائد الحوكمة:[2]

- تشجيع الحوكمة المؤسسات على الاستخدام الأمثل لمواردها.

- تساعد الحوكمة الشركة على تحقيق النمو المستدام وتشجيع الإنتاجية.

1- **مركز أبو ظبي للحوكمة**، مرجع سبق ذكره، ص 11

2- **المرجع نفسه**، ص12

- تقلل الحوكمة كلفة رأس المال على الشركة حيث أن البنوك تمنح قروضا ذات نسب فائدة اقل للشركات التي تطبق أنظمة الحوكمة مقارنة بالشركات غير الملتزمة بالحوكمة.

- تسهل الحوكمة عملية الرقابة والإشراف على أداء الشركة عبر تحديد أطر الرقابة الداخلية وتشكيل اللجان المتخصصة وتطبيق الشفافية والإفصاح.

- تساهم الحوكمة في استقطاب الاستثمارات الخارجية، إذ أن المستثمرين الأجانب سينجذبون إلى أسهم الشركة التي تطبق أنظمة الحوكمة باعتبارها استثمارها في شركة ملتزمة وشفافية، ومن ثم فإن عنصر عدم التيقن يكون أقل مقارنة بالشركات الأخرى.

- تعمل الحوكمة على استقرار أسواق المال.

2- مدخل مفاهيمي حول حوكمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

2–1–مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تعرف بأنها: " مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من وسطتها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية (من خلال الحاسبات الالكترونية) ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو إلية أو الكترونية التي يشملها هذا التطور. [1]

وقد تلاحقت تكنولوجيا العصر في الظهور والانتشار بعد تطور الحاسبات الآلية بإمكانياتها الكبيرة في التخزين واسترجاع المعلومات بسرعة وأتاحت هذه الأخيرة للإنتاج الإعلامي كل عناصر الإبهار في الصوت والصورة والمونتاج الفوري وترتب على استخدام الحاسب الآلي ظهور تكنولوجيا جديدة هي الانترنت لنقل المعلومات وتداولها.[2]

1- **سهام الشجيري**، اقتصاديات الإعلام، ط1؛ الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2014، ص261-262

2- **سوزان القليني**، تكنولوجيا الاتصال والإعلام، ط1؛ القاهرة: دار النهضة العربية، 2008، ص7-8

ويذكر الدكتور "**علي علي حبيش**" أن تكنولوجيا المعلومات تشمل كافة العناصر (أجهزة ومعدات وحاسبات وبرامج أساسية ونظم وأفراد وتنظيم وكذلك المناخ العام للمجتمع). التي تتفاعل معا للوصول على نتائج أفضل عن ذي قبل مما يساعد في رفع الكفاءة العامة للمجتمع وبالتالي رفع وتحسين مستوى المعيشة.[1]

كما تضيف الباحثة " أن مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال ظهر بعد أن شهد عالم ما بعد الحرب الباردة مرحلة من التطور التكنولوجي امتزجت فيها نتائج وخلاصات ثلاث هي:[2]

أ- الثورة المعلوماتية:

وتتمثل في الانفجار المعرفي الضخم وتضاعف الإنتاج الفكري في مختلف المجالات، وظهور الحاجة إلى تحقيق أقصى سيطرة ممكنة على فيض المعلومات المتدفقة وإتاحته للباحثين المهتمين وصانعي القرارات في أسرع وقت وبأقل جهد عن طريق استخدام أساليب وبرامج معاصرة في تنظيم المعلومات تعتمد في الدرجة الأولى على الكمبيوتر واستخدام تقنية الاتصال لمساندة مؤسسات المعلومات.

ب- الثورة في وسائل الاتصال:

وتتمثل تكنولوجيا الاتصالات الحديثة التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية مرورا بالتلفزيون والنصوص المتلفزة ومن ثم الاعتماد على الأقمار الصناعية والألياف البصرية، ولا يزال أفقها غير محدد، وبمعنى آخر أنها مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي أو الوسطي.

ج-الثورة في مجال الحاسبات الالكترونية:

وتعني التطور غير المتناهي في إنتاج أنظمة المعلومات المختلفة وفي إدارة نظم وشبكات المعلومات، والواقع أن تعريف تكنولوجيا المعلومات ينطوي على معنى التزاوج بين تكنولوجيات الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصالات، وينص في أحد صوره على اقتناء واختزال وتجهيز المعلومات في مختلف صورها وأوعية حفظها سواء أكانت مطبوعة أو مصورة

1- **محمود علم الدين، ومحمد تيمور عبد الحسيب**، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي، ط1؛ القاهرة، 2003، ص 178.

2- **سهام الشجيري،** مرجع سبق ذكره، ص 262

أو مسموعة أو مرئية أو ممغنطة أو مليزرة وبثها باستخدام توليفة المعلومات الالكترونية الحاسبة ووسائل وأجهزة الاتصال عن بعد.

2-1-1-خصائص تكنولوجيا الاتصال والمعلومات:

ومن أبرز الخصائص التي تتصف بها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة هي:[1]

-**التفاعلية**: بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل، التحكم.

-**اللاجماهيرية**: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستفيد.

- **اللاتزامنية**: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل الرسائل مباشرة مع منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي قت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة وقت إرسالها.

-**قابلية التحرك والحركية**: استخدام الوسائل الاتصالية والاتصال منها من مكان إلى آخر أثناء حركته، مثل التلفون النقال، تلفون السيارة او الطائرة، التلفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة غرامات، وجهاز فيديو يوضع في الجيب، وجهاز فاكسميل يوضع في السيارة، وحاسب إلكتروني نقال مزود بطابعة.

- **قابلية التحويل**: وعي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس، وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية ظهرت مقدماته في نظام مينيتيل الفرنسي.

1- **نفس المرجع السابق**، ص271-273.

– **قابلية التوصيل**: وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنويع أكبر من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع وذلك عن طريق وضع معايير فنية لهذه الأجهزة يتم الاتفاق ليها بين هذه الشركات.

– **الشيوع أو الانتشار**: يعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تبدو في البداية على أنها ترف ثم تحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في التلفون، وبعده الفاكسميل، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية.

– **التدويل الكونية**: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، وذلك حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة وتعقب المسارات التي يتدفق عليها رأس المال الكترونيا عبر الحدود الدولية جيئة وذهابا من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

2-2-مفهوم حوكمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

يشير الباحثان "ناصر شعبان إبراهيم السوا ومحمد عبد الفتاح على إبراهيم" إلى (08) مفاهيم أنيطت بتكنولوجيا المعلومات والاتصال نوجزها فيما يلي:[1]

- **يعرفها** (**Broadlbent-1998**):" أنها القدرة التنظيمية لرقابة الصياغة والتطبيق لاستراتيجية تكنولوجيا المعلومات والتوجيه (الإرشاد) إلى اتجاه مناسب من أجل تحقيق مميزات تنافسية".

- **يعرفها** (**Steven De Haes**) و(**Win Van Grembergen**) **على أنها**: "القدرة التنظيمية التي يقوم بها مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية وإدارة تكنولوجيا المعلومات لرقابة صياغة وتطبيق استراتيجية تكنولوجيا المعلومات والتأكيد على اندماج العمل التجاري مع تكنولوجيات المعلومات".

- **هي**:" بناء هيكلي للعلاقات والعمليات لتوجيه ورقابة المشروع لتحقيق أهداف المشروع من خلال إضافة قيمة له مع حدوث توازن بين الخطر والعائد على تكنولوجيا المعلومات وعملياتها".

1- **نادر شعبان إبراهيم السواح، ومحمد عبد الفتاح على إبراهيم**، مرجع سبق ذكره، ص-ص 25-30

- **هي:**" تشجيع السلوك المرغوب في استخدام المعلومات والتكنولوجيا".

- **هي:**" حقوق القرار وإطار المساءلة لشجيع السلوكيات المرغوبة في استخدام المعلومات والتكنولوجيا".

- **هي:** " إطار يدعم كفاءة وفعالية إدارة مصادر المعلومات (مثل: الافراد، التمويل، والمعلومات) لتسهيل تحقيق أهدف المؤسسة.

- **هي:** " سلسلة من العمليات التي تساعد الشركات على استخدام نظام من القرارات لنقل تكنولوجيا المعلومات من مركز تكلفة إلى مركز ربح ".

- **هي:** " مسؤولية مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية. إنها جزء مكمل لحوكمة المشروع وتتكون من القيادة والهياكل التنظيمية والعمليات التي تؤكد أن تكنولوجيا معلومات المؤسسة تؤيد وتعزز وتدعم استراتيجيات وأهداف المؤسسة ".

3–حوكمة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كإطار استراتيجي لمسايرة العولمة في المجال الرياضي:

3–1–أهداف حوكمة تكنولوجيا المعلومات كإطار استراتيجي لمسايرة العولمة في المجال الرياضي

يشير الباحث "محمد عبد الحافظ" أن عملية الحوكمة تستهدف ثلاثة غايات تقع على ثلاثة مستويات هي كالتالي:[1]

أ– على مستوى المنظمة:

- إيجاد مناخ ملائم من الثقة والتعامل الأخلاقي.
- رفع مستوى أداء العاملين واستثمار قدراتهم وإمكاناتهم.
- مساعدة المنظمة في وضع معدلات أداء معيارية تمكنها من لاحتفاظ بالقوى العاملة ذات المهارات والقدرات المتميزة.

ب–على مستوى المديرين:

1- **محمد عبد الحافظ**، حوكمة القوى العاملة، ط1؛ الإسكندرية: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011، ص07-08.

- تطوير العلاقات الجيدة من العاملين والتقرب إليهم للتعرف على مشكلاتهم والصعوبات التي تواجههم في العمل.
- دفع المديرين إلى تنمية مهاراتهم وإمكاناتهم الفكرية حتى يمكنهم التوصل إلى تقويم سليم وموضوعي لأداء تابعيهم.

جـ–على مستوى الفرد العامل:

- دفع العاملين إلى العمل باجتهاد وجدية وإخلاص حتى يتمكنوا من الحصول على احترام وتقدير رؤسائهم.
- شعور العاملين بالعدالة وبأن جهودهم المبذولة تأخذ بعين الاعتبار.

وبخصوص الغرض من تكنولوجيا المعلومات هو منع إعاقة الأعمال وزيادة كفاءات التشغيل، وزيادة القوى الدفعة الإيجابية، وإنشاء أو تقوية الأصول الاستراتيجية وتحقيق المزايا التنافسية. والغرض الأساسي لكل هذه الجهود هو إضافة القيمة للمنشأة. ويرى معهد حوكمة تكنولوجيا المعلومات أن حوكمة تكنولوجيا المعلومات تأتي لتوجيه مساعيها للتأكيد على أداء تكنولوجيا المعلومات يقابل الأهداف:[1]

- التنسيق والتكامل بين أهداف التكنولوجيا وأهداف المنشأة وإدراك المنافع المنشودة.
- استخدام تكنولوجيا المعلومات لمساعدة المنشأة من خلال استغلال الفرص وزيادة المنافع لأقصى درجة ممكنة.
- الاستخدام المسؤول لمخاطر تكنولوجيا المعلومات.
- الإدارة المناسبة لمخاطر تكنولوجيا المعلومات.

ولذا نجد أن الهدف الأساسي لحوكمة تكنولوجيا المعلومات هو رفع مستوى جدوى استخدام تكنولوجيا المعلومات، وأن تطبيق حوكمة هذا الأخيرة يساعد المنشاة على تحقيق المزايا التنافسية للمنشاة مما يؤدي في النهاية إلى زيادة الأرباح وتعظيم قيمتها، كما تسعى حوكمة تكنولوجيا المعلومات لتحقيق مجموعة من الأهداف:

- التأكد من استراتيجية تكنولوجيا المعلومات تتكامل مع استراتيجية المنشأة مما يساهم في توليد قيمة حقيقة المنشأة.
- التحقق من أن تطبيق تكنولوجيا المعلومات قد حقق النتائج المرجوة منها من خلال مقارنة التكلفة بالعائد.

1- **نادر شعبان إبراهيم السواح، ومحمد عبد الفتاح على إبراهيم**، مرجع سبق ذكره، ص 43.

- فرض الرقابة الفعالة على أداء تكنولوجيا المعلومات، وتطوير مؤشرات الأداء الرئيسية.
- تعظيم العائد من الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات مما يؤدي إلى تمتع المنشأة بمركز تنافسي متميز بالنسبة للشركات المنافسة لها.
- فهم الأدوار والمسؤوليات من جانب مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية والمسؤولين عن وضع نظام الحوكمة وتطبيقيه.
- التأكد من الإفصاح الكامل عن التقارير المالية للمنشاة، والمخاطر الحالية والمتوقعة لتكنولوجيا المعلومات، وأن مصادرها يتم إدارتها واستخدامها بكفاءة.
- ضمان فعالية خدمات تكنولوجيا المعلومات لتوصيل الاستراتيجية لجميع أقسام المنشأة مما يؤدي إلى كفاءة وفعالية عمليات التشغيل الداخلية

3-2-وظائف ومظاهر حوكمة تكنولوجيا المعلومات كإطار استراتيجي لمسايرة العولمة في المجال الرياضي

3-2-1-وظائف حوكمة تكنولوجيا المعلومات كإطار استراتيجي لمسايرة العولمة في المجال الرياضي: [1]

- تشجع الحوكمة المؤسسات على الاستخدام الأمثل لمواردها.
- تساعد الحوكمة الشركة على تحقيق النمو المستدام وتشجيع الإنتاجية.
- تقلل الحوكمة كلفة رأس المال على الشركة حيث أن البنوك تمنح قروضا ذات نسب فائدة أقل من الشركات التي تطبق أنظمة الحوكمة مقارنة بالشركات غير الملتزمة بالحوكمة.
- تسهل الحوكمة عملية الرقابة والإشراف على أداء الشركة عبر تحديد أطر الرقابة الداخلية وتشكيل اللجان المتخصصة وتطبيق الشفافية والإفصاح.
- تساهم الحوكمة في استقطاب الاستثمارات الخارجية إذ أن المستثمرين الأجانب ينجذبون إلى أسهم الشركة التي تطبق أنظمة الحوكمة، باعتبارها استثمارها في شركة ملتزمة وشفافية، ومن ثم فإن عنصر عدم التيقن يكون اقل مقارنة بالشركات الأخرى.
- تعمل الحوكمة على استقرار أسواق المال.

1- **مركز أبو ظبي للحوكمة**، مرجع سبق ذكره، ص 12.

3-2-2-مظاهر وتجليات حوكمة تكنولوجيا المعلومات كإطار استراتيجي لمسايرة العولمة في المجال الرياضي:

إن ما تفتضيه حوكمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرياضي خاصة في ظل بيئة العولمة الراهنة يعد تحديا كبيرا لها، فالحاجة الماسة لها أصبح يعد أكثر من ضرورة بحكم ما أوفدته ظاهرة العولمة والتي يعتبرها بعض الباحثين بأنها "نظام قديم في ثوب محكم" وكذا ما أفرزته هذه الأخيرة.

إن مسايرة حوكمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الرياضي للعولمة يعود بنا إلى محاولة إيجاد مفهوم عام لعولمة الإعلام في ظل دور الصور والمضامين والرموز العابرة للقوميات عبر وسائل الإعلام والمعلومات في الترويج لعولمة، وتوحيد العالم. فمحاولة إيجاد مفهوم عام لها يلاحظ أنه اتسم بالاستقطاب الحاد بين تيارين؛ هما:[1]

–التيار الأول: يؤيد بحماس ودون تحفظ عولمة الإعلام، ويبرز إيجابياتها باعتبارها تدعم التدفق الحر للمعلومات وحق الاتصال، وتوفر للجمهور فرصا غير محدودة لحرية الاختيار بين وسائل الإعلام والمعلومات.

وفي إطار هذا التيار ظهرت أصوات متعددة توجد بينها اختلافات في المداخل والرؤى العامة، فهناك أصحاب المدخل التكنولوجي الذين يركزون على أن التقدم التكنولوجي المتسارع والمستمر في مجال الإعلام والاتصال يحث نقلات فورية في بعدي المكان والزمان وما يرتبط بهما من خبرات اجتماعية، فضلا عن التمهيد إلى وعي جديد، والفصل بين الحدود الجغرافية والهوية.

وهناك أصحاب مدخل ما بعد الحداثة ولعل أشهرهم "أنطوني جيدنز" الذي يرى أن ما بعد الحداثة هي نسخة راديكالية من الحداثة، كما بينها وبين العولمة، فالعولمة هي توسيع للحداثة من نطاق المجتمع إلى نطاق العالم، ويعرف **"جيدنز" العولمة بأنها:** تكثيف للعلاقات الاجتماعية على مستوى العالم بطرق تجعل الأحداث المحلية تتشكل بفعل الأحداث التي تقع على مسافة بعيدة والعكس صحيح، وفي هذا السياق ناقش "جيدنز" عولمة وسائل الإعلام على أنها ضغط للزمن والمكان ، وهي سمة رئيسة في العالم المعاصر، وأشار إلى أن " عولمة الإعلام هي الامتداد أو التوسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه، وذلك كمقدمة لنوع من التوسيع الثقافي، وأكد "جيدنز" أن وسائل الاتصال التكنولوجية جعلت من الممكن فصل المكان عن الهوية والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية، والتقليل من

[1]– **محمد شومان،** "عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي"، مجلة عالم الفكر، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 02، 1999، ص-ص 159-121.

مشاعر الانتساب أو الانتماء على مكان محدد. وشدد "جيدنز" على أهمية وسائل الإعلام في خلق وتضخيم الحقائق اعتمادا على الصور والرموز.

وبالإضافة على اسهامات "جيدنز" هناك مدخل "أصحاب الليبرالية الجديدة" الذي يركز في تعريف العولمة أنها مزيد من التركيز في ملكية وسائل الإعلام والتكامل الرأسي، والتكنولوجيا الجديدة، وتخفيف القيود. ومن شأن هذا خلق فرص جديدة أمام المستهلكين، وتخفيض تكلفة التكنولوجيا، وخلق فرص جديدة للعمل. فالتنافس سيصبح من مصلحة المستهلك (جمهور المتلقين) في ظل استمرار الصراع بين الرأسمالية العالمية (الشركات الكبرى المتعددة الجنسية) والدولة القومية في مجال الثقافة والإعلام – وبما فيها الرياضة.

–**أما التيار الثاني**: **فيعارض بشدة عولمة الإعلام وبرفض ما يقال عن إيجابياتها،** وينظر إليها باعتبارها نفيا للتعددية الثقافية وتسييدا لقيم الربح والخسارة وآليات السوق في مجالا الإعلام والاتصال والمعلومات، علاوة على الاعتداء على حرية وسائل الإعلام والحق في الاتصال، وتفويض سلطة الدولة لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسية. ومن رواد هذا التيار "هربرت شيللر" و "نعوم تشومسكي"، حيث يعرف " شيللر" عولمة الإعلام على انها:" تركيز وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية (عابرة الجنسيات) التي تستخدم وسائل الإعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمين **ويؤكد "شيللر"** أن أسلوب الإعلان الغربي ومضمون الإعلام يدفع إلى التوسع العالمي لثقافة الاستهلاك عبر ادخال قيم أجنبية تطمس أو تزيل الهويات القومية أو الوطنية.[1]

وفي الإطار نفسه **يرى "تشومسكي"** أن عولمة الإعلام هي الزيادة الضخمة في الإعلان، خاصة الإعلان عن السلع الأجنبية، والتركيز في ملكية وسائل الإعلام الدولية، وبالتالي انخفاض التنوع والمعلومات مقابل الزيادة في التوجه للمعلن، فالعولمة هي التوسع في التعدي على القوميات من خلال شركات عملاقة شاملة ومستبدة يحركها أولا الاهتمام بالربح وتشكيل الجمهور وفق نمط خاص، حيث يدمن الجمهور أسلوب حياة قائما على حاجات مصطنعة، مع تجزئة الجمهور، وفصل كل فرد عن الآخر، حيث لا يدخل الجمهور الساحة السياسية، ويزعزع أو يهدد نظام القوى أو السيطرة في المجتمع.

إذن فإن **مفهوم عولمة الإعلام**–بما فيها مجال الإعلام الرياضي–بأنها: عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع والمستمر في قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفضل ما توفره التكنولوجيا

[1]- **المرجع السابق،** ص 120.

الحديثة والتكامل والاندماج بين وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات، وذلك لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية، وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات والمعلومات العملاقة متعددة الجنسية على حساب تقليص سلطة ودور الدولة في المجال الإعلامي والثقافي من ناحية أخرى.

خاتمة:

إن حوكمة تكنولوجيات الإعلام والاتصال أضحت أكثر من ضرورة لمسايرة تحديات العولمة في كافة المجالات نظرا لتشعب مجالات العولمة وعولمة وسائل الإعلام والاتصال الرياضي بالخصوص، خاصة وفق التصادم الفكري والجدل القائم بين المفكرين حول جدوى العولمة من خلال التيارين سالفي الذكر.

وبالتالي فإن حوكمة تكنولوجيات الإعلام والاتصال كإطار لمسايرة العولمة في المجال الرياضي و ما ارتبط منها بخصوصية الاستثمارات في الصناعات الإعلامية على الخصوص، فقد لا يستطيع أحد أن ينكر خصوصية المشروع الإعلامي حتى لوكان له جوانب اقتصادية، إلا أننا لا يمكن أن نتجاهل الجذور الاجتماعية والثقافية لهذا المشروع وامتداد هذه الجذور إلى كل المؤسسات التي تهتم ببناء البشر في كل النظم، والسؤال الذي يطرح في هذا الجانب: هل يمكن الجمع والدمج بين الجوانب الاقتصادية للمشروع الإعلامي والمعالم الاجتماعية الثقافية في نفس الوقت في ظل تناقضات النظام الليبيرالي العالمي، وهنا الكل يجمع على ان تأثيرات الجمع والدمج تميل إلى الجانب السلبي أكثر من الإيجابي بسبب ما يلي:[1]

- زيادة الضغوط التي تتعرض لها المؤسسات الإعلامية
- تعدد القوى التي تسيطر على أداء المؤسسات الإعلامية بعد ارتفاع نفقات التشغيل.
- الصعوبات المالية التي بدأت تواجه المؤسسات الإعلامية.
- الاستثمار في الإعلام هو إحدى حلقات الاستثمار في مجالات أخرى صناعية.
- تزايد الاتجاه نحو دمج المؤسسات الإعلامية وتركيز الملكية مما أدى على الاحتكار.
- الاتجاه نحو عولمة الإعلام من خلال الشركات والمؤسسات العملاقة والمتعددة الجنسية.
- طغيان مفهوم السوق على حركة النظم الإعلامية وأهدافها وعلاقتها بالنظم الاجتماعية الأخرى والجمهور وتأثير المفهوم على حركة العناصر الداخلية ومحتوى الإعلام.
- تعارض مفاهيم الإعلام الحديثة مع الأدوار الاجتماعية والثقافية لوسائل الإعلام.
- الانحياز إلى القوى الاقتصادية، ومصادر التمويل أكثر من الانحياز على جمهور وسائل الإعلام.

[1]- **سهام الشجيري**، مرجع سبق ذكره، ص 364.

- أن الإعلام هو حصيلة نتاج يتطلب استثمارات ضخمة، ولا يمكن لرأس المال الخاص أن يقبل على مثل هذا النوع من الاستثمار، نظرا لاستحالة تملك المعلومات، ولذلك يتعين على المجتمع أن يتولى إنتاج المعلومات ما دامت عملية إنتاجها تتناقض من منطق رأس المال الخاص.

المراجع:

- سهام الشجيري، اقتصاديات الإعلام، ط1؛ الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2014.
- سوزان القليني، تكنولوجيا الاتصال والإعلام، ط1؛ القاهرة: دار النهضة العربية، 2008.
- محمد شومان، "عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي"، مجلة عالم الفكر، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب العدد 02، 1999.
- محمد عبد الحافظ، حوكمة القوى العاملة، ط1؛ الإسكندرية: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011.
- محمد ياسين غادر،2015 "محددات الحوكمة ومعاييرها"، المؤتمر العلمي الدولي: عولمة الإدارة في عصر المعرفة، لبنان، ديسمبر 2012.
- محمود علم الدين، ومحمد تيمور عبد الحسيب، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي، ط1؛ القاهرة، 2003.
- مركز أبو ظبي للحوكمة، أساسيات الحوكمة: مصطلحات ومفاهيم، سلسلة النشرات التثقيفية لمركز أبو ظبي للحوكمة، الإمارات العربية المتحدة، 2015
- نادر شعبان إبراهيم السواح، ومحمد عبد الفتاح على إبراهيم، حوكمة تكنولوجيا المعلومات، ط1؛ الاسكندرية: الدار الجامعية، 2016.

دور الإعلام في توجيه الرأي العام نحو مكافحة الجريمة: جرائم الفساد نموذجا

Le rôle des médias dans l'orientation de l'opinion publique sur la lutte contre la criminalité : Les crimes de corruption en tant que modèle

أ/بوطالب خيرة *

ملخص:

الإعلام صار محركاً لقضايا الأمن يعمل على تكثيف الحملة الإعلامية على الإجرام والمجرمين ومحاربة كل خارج عن المبادئ والقوانين والآداب، وبث روح احترام آدمية الإنسان وكرامته.

كما يقوم بتوجيه رسائل إعلامية بالتعريف بالجريمة والعقوبات الواردة في قانون العقوبات وبالآليات المتبعة لمكافحة جرائم الفساد، فيؤثر في الرّأي العام من خلاله التزامه بأحكام القانون، وبالتالي المساهمة في بناء دولة القانون والحق.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الرأي العام، جريمة، العدالة.

Résumé :

Les médias sont devenus un moteur des questions de sécurité, qui intensifient la campagne médiatique sur la criminalité et la criminalité, luttent contre tout ce qui est en dehors des principes, des lois et de la morale et inculquent un esprit de respect pour l'humanité et la dignité de l'homme.

Il dirige également des messages d'information pour identifier les crimes et les peines prévus dans le Code pénal et les mécanismes utilisés pour lutter contre les infractions de corruption, toucher l'opinion publique en se conformant aux dispositions de la loi et en contribuant ainsi à l'édification de l'état de droit et de la justice**.**

Les mots clés : Medias/ Opinion Publique/ Crime/ La justice

* –طالبة السنة الرابعة دكتوراه علوم، تخصص: قانون جنائي ، كلية الحقوق سعيد حمدين ، الجزائر 1

مقدمة

إن الإعلام في أبسط تعاريفه هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة ، و المعلومات السليمة ، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع ، أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم ، ولا ينفصل عن الواقع الاجتماعي والإنساني السائد في المجتمع من خلال عملياته الأربع – المرسل، والمستقبل و الموضوع ووسيلة الاتصال – هذه العملية الإعلامية، هي التي تسهم بشكل كبير في صياغة الأفكار، وتكوين الشخصية ، وتحديد المواقف بفعل النفاذ والتأثير والجاذبية [1].

فغاية الإعلام إيجاد وعي اجتماعي يكفل الأمن والاستقرار الداخلي لضمان حماية الأمن والاستقرار والسيادة والرخاء من خلال التعاون بين مختلف أطياف المجتمع، بما يحقق خطط التنمية فيظهر الحس الاجتماعي التلقائي في التصدي للجريمة.

تعمل وسائل الإعلام على تكثيف الحملة الإعلامية على الإجرام والمجرمين ومحاربة كل خارج عن المبادئ والقوانين والآداب، وبث روح احترام آدمية الإنسان وكرامته.

فالجريمة ليست قضية أمنية فحسب بل نتاج عوامل اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية متفاعلة ومتشابكة تتساند في صنعه، ومكافحتها مسؤولية مشتركة بين هيئات الدولة جميعها، وحصيلة تظافر العلوم والتخصصات جميعا دون استثناء، فيجب التصدي لها من خلال مجموعة من السياسات الواضحة، والخطط الطويلة والقصيرة المدى التي تستهدف رفع مستوى قدرات الأفراد والمجتمع، بمعدلات أسرع حتى تتناسب مع التحديات التي تمر بها البلاد[2].

وعليه نطرح التساؤل العام التالي:

- **ما دور الإعلام في التصدي للجريمة؟**

أولا: دور الإعلام الأمني في بناء استراتيجية وقائية في مواجهة الجريمة.

---

[1]– على بن فايز الجحني ، **الإعلام الأمني و الوقاية من الجريمة** ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ،2000 ، ص 13.

[2]– **المرجع نفسه** ، ص 5.

ثانيا: دور الإعلام الجنائي في تفعيل استراتيجية الجزائر في مكافحة الفساد.

أولا: دور الإعلام الأمني في بناء استراتيجية وقائية في مواجهة الجريمة.

تبرز أهمية وجود استراتيجية وقائية كوسيلة هامة من وسائل مواجهة الجريمة ومنع انتشارها من خلال تنفيذ مخطط إعلامي يؤدي إلى توظيفها بالشكل المناسب، وتتمثل الخطوط العامة لهذه الاستراتيجية في الآتي:

1–1 التكوين الثقافي للمواطن

1–2 تنمية الوعي والسلوك الديني

1–1: التكوين الثقافي للمواطن:

يعتبر الإعلام الأمني حديث النشأة في الدول العربية، ومع حداثة عهده، لقد حاول ومازال يحاول إثبات وجوده، فهناك علاقة بين الإعلام والأمن، فالإعلام صار محركا لقضايا الأمن، وموجها لها بوسائله الخطيرة، ومحدثا للتحولات التي تصيب البنية الأمنية مسيراً، ومحولاً لاتجاهات الرأي العام إلى اتجاهات الجمهور نحو مشكلة ما، في حالة انتمائهم إلى مجموعة اجتماعية واحدة.

تلعب أجهزة الإعلام دوراً أساسياً بالنسبة لتحقيق التعاون بين أجهزة الأمن والمواطنين، ولإثارة حماسة المواطن واقناعه بالتعاون مع هذه الأجهزةّ ، فإن ذلك يستدعي دعم العلاقات وتأكيد التفاهم والتعاون المتبادل. ونظرا لتأثير أجهزة الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد وخاصة في محيط الأحداث والشباب، لابد من الإحاطة بالضوابط من أجل تقديم صورة تسهم في بناء المجتمع السليم [1].

من هذا يتضح مدى الترابط بين الجريمة ووسائل الإعلام، إن لم توجه الوجهة السليمة فإن النتائج الاجتماعية للجريمة تولد عدم الثقة في عدالة منصفة، و في أجهزة أمنية قادرة، لذلك لا بد من توظيف الرسالة الإعلامية بكافة أنواعها لمواجهة القضايا الأمنية و توعية المواطن العربي، بما يحقق المقاصد الأمنية و من ذلك:

- التوعية المرورية
- التوعية بأضرار المخدرات وسبل مكافحتها.

[1] – **المرجع نفسه**، ص 132.

- نشر أخبار الجرائم مع التأكيد على أن الجريمة لا تفيد، وأنّ المجرم لا يمكن أن يفلت من العقاب.
- الإعلام في مواجهة الأمن والسلامة والوقاية من الأخطار.
- الدعوى لإبراز الدور الحقيقي لرجال الأمن وما يقومون به من مهمات ذات طابع إنساني اجتماعي.
- التوعية بخطورة الهجرة السرية عبر البحر، ومدى خطورتها على أرواح الشباب.
- خطورة التهريب وأثره على الاقتصاد.

وتوعية الجمهور بوسائل المنع وطرق الوقاية وسبل العلاج، وتبصير المواطنين بوجوب حرصهم على اتخاذ الإجراءات الوقائية الضرورية لحماية أنفسهم وممتلكاتهم من مخاطر الجريمة.

2-1 –تنمية الوعي والسلوك الديني:

يعرف الوعي الأمني على أنه " مجموعة العمليات المتكاملة التي تقوم بها أجهزة ووسائل الإعلام المتخصصة من أجل تحقيق أكبر قدر من التوازن الاجتماعي، بغية المحافظة على أمن الفرد وسلامته وسلامة الجماعة والمجتمع، وعليه فإن دور الإعلام الأمني يتحدد بمدى مشاركته في الحفاظ على أمن واستقرار المجتمع.

أما الوعي الأمني فنقصد به نشر التوعية بضرورة الأمن ومكافحة الجريمة والوقاية من الانحراف والتعريف بجهود أجهزة الأمن المختلفة، والعمل البنّاء الذي تقوم به لصالح المجتمع وخدمة النظام العام. الوعي الأمني في الحقيقة يبدأ غرسه من الأسرة ثم المدرسة ثم أجهزة الأمن والإعلام، وتلعب الأجهزة الأمنية دورا كبيرا في بلورة هذا الدور وتوفير المعلومات إلى أجهزة الإعلام والإعلاميين ليستطيعوا القيام بدورهم، فإذا لم تتوفر لديهم المعلومات الكافية فلن تكون مساهمتهم مجدية في نشر الوعي الأمني، لأن الوعي الأمني لا يتحقق إلا من خلال معرفة المجتمع لطابع الجريمة وظروف نشوئها والأطراف الفاعلة فيها وأماكن انتشارها وعوامل تفشيها حتى تتخذ كافة التدابير والإجراءات للوقاية منها أو الحد من انتشارها، وهنا يأتي دور الإعلام في نشر هذه المعلومات الموجودة عند أجهزة الأمن وإيصالها إلى المجتمع لتوعيته بمخاطرها.

وعندما يتم ذلك فإننا نكون قد قمنا بحل جزء أساسي من المشكلة بحيث يتحول المواطن العادي مهما كان دوره أو موقعه إلى رجل أمن.

ونلاحظ في الميثاق الإذاعي العربي الذي صادقت عليه الجمعية العامة لاتحاد الإذاعات العربية سنة 1980 بعمان الدعوة إلى توطيد الأمن ونشره، سواء كان هذا الأمن بمفهومه الشامل أو كان بمفهومه الاصطلاحي[1].

وتوجيه الفكر العربي الإسلامي إلى الاهتمام بالثوابت الأمنية الأساسية، كمنطلقات في وضع القواعد المعبرة عن ذات الأمة وعن المعاني والقيم العربية المتعارف عليها، وهذه الثوابت تندرج تحت:

- الأمن النفسي والجسدي
- الأمن العقلي والفكري
- الأمن الاجتماعي
- الثبات والقوة.

والأمن الفكري في الإسلام واضح المعالم باعتبار الفكر رسالة، ينتمي إلى الأمة، ويكون من نتائجه وحدة الاعتقاد والفكر، ووحدة السلوك ووحدة العاطفة وهو باختصار" التزام، اعتدال ووسطية وشعور بالانتماء إلى ثقافة الأمة وقيمتها، فضلاً عن أنه يعني حماية عقل الإنسان وفكره ورأيه في إطار الثوابت الأساسية والمقاصد المعتبرة، والحقوق المشروعة المنبثقة من الإسلام عقيدة وشريعة.

فالفكر السوّي أسمى نشاط ذهني وإنساني، كما أن الانحرافات والنشاطات المضرة بمصالح الناس، ومقاصد الشرع يكون وراءها فكر معتل.

ومن عوامل بناء الأمن الفكري على مستوى الأفراد هو الاهتمام بالتربية وبالقدوة الصالحة، لذلك نجد أن صراع الإسلام مع أعدائه قد أخذ طابعاً فكرياً، فالغزو الفكري أخطر الأساليب المستحدثة للنيل من الثوابت الأساسية، والمساس بالهوية والانتماء وهو ما يعرف بالغزو الإعلامي، والتلوث متعدد الأشكال والصور.

والسعي إلى استضافة العلماء في الفقه الإسلامي في ندوات ومحاضرات، لبيان حكم الفقه في جرائم الفساد، وتوضيح عقوبتها في الدنيا والآخرة، وإيقاظ النفوس للابتعاد عنها ومكافحتها، والتعاون مع الدولة للقضاء عليها.

---

[1]. **بن عودة محمد** ، دور الإعلام في الوقاية من الجريمة والانحراف ، المركز الجامعي خميس مليانة مقال منشور على موقع الإلكتروني: https://sites.google.com/site/socioalger1/lm-alajtma/mwady-amte/alalam-alwqayte إطلاع بتاريخ 2019/03/18 .

كما يجب الاهتمام بدور المساجد، وحث الأئمة على إلقاء الخطب و المواعظ والدروس الدينية ، التي تنفر من جرائم الفساد — الرشوة – كما جاء في كتاب الله و سنة رسوله صلى الله عليه و سلم، مع العناية التامة بتعميق هذا الدور على اعتبار المسجد أكبر وسيلة إعلامية لكونه مقر لأداء المسلمين حق الله من الصلوات و غيرها[1]

ولا شك أن الإعلام لما له من قوة تأثير فاعلة وانتشار واسع بين كافة أطياف المجتمع، فإنه يمكن أن يكون طرفاً فاعلاً في تطبيق سياسة الأمن، وفي عمليات الوقاية من الجريمة والانحراف الذي بات يؤرق الأفراد والمجتمعات .

فالإعلام يستطيع أن يمارس دوره الأمني سواءً عن طريق تلمس ورصد الظواهر التي قد تتسلل إلى المجتمع وتدفع إلى نشوء الشخصية الإجرامية، أو عن طريق تبني مواد وبرامج تهدف إلى تبصير الجماهير بمخاطر بعض العادات والتقاليد الغربية، التي تفسد قيمنا ومبادئنا الإسلامية والثقافية والاجتماعية، حتى لا تقع في الانحراف والإجرام ، الأمر الذي يساهم في الوقاية من الجريمة والانحراف، أو التأثير على سلوك الجماهير من أجل التعاون مع أجهزة الأمن والشرطة في ضبط الجريمة، من خلال حث المواطن على الإبلا غ عن الجريمة، والإدلاء بالشهادة والحفاظ على آثار الجريمة (مسرح الجريمة) ، باعتباره مصدراً للاستدلال على المجرم. إضافة إلى ذلك يمكن أن يساهم الإعلام في جوانب الإصلاح والرعاية عن طريق تهيئة المجتمع لتقبل المنحرف بعد إصلاح سلوكه، ليصبح مواطنا صالحاً وعضواً فاعلاً في المجتمع، وكذلك غرس الثقافة القانونية والجزائية المقررة لمختلف أنواع الجرائم[2].

ثانيا : دور الإعلام الجنائي في تفعيل استراتيجية الجزائر في مكافحة الفساد :

إن قيام الإعلام الجنائي بتوجيه رسائل إعلامية بالتعريف بالجريمة و العقوبات الواردة في قانون العقوبات، إنمّا يساهم في العمل على الحد من المخالفات البسيطة و الجرائم الصغيرة و الكبيرة ومن ثمّ الحدّ من الجنايات، إنّ تثقيف الإعلام الجنائي للجمهور بالبعد عن الجرائم بمختلف تصنيفاتها، وتوجيهه لهم بالعوامل النفسية والوسائل الطبية والتعاون مع المؤسسة، إنما يخدم في النهاية إلى مكافحة الفساد في الدوائر و المؤسسات وخاصة القطاع العام، و المؤدية إلى الجرائم على الأموال العامة من سرقة و اختلاس و إهدار للطاقات المادية و البشرية، مما يوفر أموالاً و

1- على بن فايز الجحني ، **المرجع السابق،** ص 295.

2- بن عودة محمد ، مرجع سبق ذكره.

جهوداً في خدمة الاقتصاد المحلي، و بالتالي يساعد على إنجاح عمليات التنمية و التطوير، أي تطوير القطاع العام سواءً تطوير الوظائف أو الموظفين .

ويقوم الإعلام بدور جوهري بارز في تكوين الرأي العام، من خلال أجهزته العديدة المؤثرة المقروءة والمسموعة والمرئية، التي تعتبر من أهم وسائل الاتصال الجماهيري وذلك من خلال:

2–1: **تكوين الإعلام لرأي العام واع للوقاية من الجريمة.**

2–2: **التوعية الإعلامية من أجل تفعيل استراتيجي الجزائر في مكافحة الفساد.**

2–1: تكوين الإعلام لرأي العام واع للوقاية من الجريمة:

من خلال ابراز دور الإعلام في إظهار أفعال الفساد و تسليط الضوء على أساليبها غير المشروعة، وتوضيح دورها في نشر الذعر و زعزعة الاستقرار، مما يؤدي إلى تهيئة رأي عام مستنير قادر على تنمية الحس الأمني وتعميق الولاء والانتماء للوطن، وبالتالي القيام بدوره في مساندة معظم الإجراءات و الممارسات التي تهدف إلى مواجهة الجريمة [1] .

لا يمكن للإعلام الجنائي أن ينجح في برامجه الأمنية إلاّ من خلال تعرضه إلى تبيان التدابير والآليات الواجب الالتزام بها في مكافحة الجريمة.

فما هو إذن الرأي العام الذي يجب أن يعرفه القائمين على الإعلام الجنائي؟ و كيف يمكن لهم أن يدركوا تكوينه وطرق قياسه و إخراجه في إحصائيات و جداول و برامج تبين مدى نجاح الإعلام الجنائي؟ [2].

فرسالة الإعلام الجنائي هو التوعية والتوجيه والبعد عن الجريمة ومكافحة الفساد وتطوير القطاع العام، سواء كان ذلك سيأتي من التأثير برأي فرد في مكان أو مؤسسة ما، أو رأي مجموعة أفراد في منظمة ما، أو مجموعة أفراد الدولة أو المجتمع من أجل الجنوح به بعيداً عن أسباب الفساد من أجل التنمية و التطوير، ولا بد للقائمين على الإعلام الجنائي، التعرف عن وضع رسائلهم الإعلامية اتجاه الجمهور بهدف التأثير في الرأي

1- أحمد إبراهيم مصطفى، **وسائل الإعلام و مؤسسات المجتمع المدني في تفعيل الشراكة المجتمعية من أجل التصدي للجريمة** ، مركز الإعلام الأمني ، 2008 ، ص 04 .

2-**بهاء الدين حمدي، الإعلام الجنائي** ، و آثاره في الحد من الجريمة ، دار الراية للنشر و التوزيع ، ، الطبعة الأولى ، الاردن ،2003 ، ص 148 .

العام، من ملاحظة مجموعة من العوامل ذات الصلة فيما يتعلق بتعريف الرأي العام، ومدى علاقته بالإعلام كما يلي :

- إن الرأي العام لا يشترط فيه أن يقترن بالعمومية المطلقة، ولكن يكتفي بالأغلبية.
- إن الرأي العام لا يشترط أن يتجاوز التغيير المحتمل في المواقف الفردية، فمثل هذا التغيير قد يحدث داخل الجماعة.
- إن الرأي العام الذي يظهر داخل الجماعة الاجتماعية لا يشترط فيه أن يستبعد ظهور تعدد في الرأي العام، بتعدد المجموعات الاجتماعية التي تحتضنها الجماعة الاجتماعية ، فالرأي العام الذي يظهر من النطاق القومي أو الوطني، كالذي يأتي نتيجة رسائل إعلامية من قبل الإعلام الجنائي، إذ لا يحول دون أن تختص كل مجموعة اجتماعية تنضوي تحت هذا النطاق برأي عام خاص به .
- إن الرأي العام يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالإعلام وخصوصا بالإعلام الجنائي، الذي يستفيد من الأحداث ويرسم طريقه على هدي أحداث الماضي والحاضر وصراعات الأمم وظهور الآفات النفسية وظهور القوانين الوضعية و قوانين العقوبات والقوانين الخاصة، و القيام بالتعامل معها ونشرها، و الاستفادة من علوم السلوك والنفس والاجتماع والإحصاء، مع إعداد رسائل إعلامية ناجحة وملائمة تساهم في الحد من الجريمة، وفي مكافحة الفساد، و ما أكثر هذه الأيام بسبب غياب الرقابة وغياب العدالة والمساواة.

إن انتصار الإعلام في الحد من الجريمة والحد من الفساد سيؤدي بالنتيجة الحتمية إلى تحسين أداء العاملين في مواقفهم في القطاعين العام والخاص.

2-2: -التوعية الإعلامية من أجل تفعيل استراتيجي الجزائر في مكافحة الفساد

ويتطلب الإعلام من أجل مواجهة مخاطر الفساد توعية الشعب من خلال عرض استراتيجية الجزائر في مكافحة هذه الظاهرة، التي تعتبر الوباء الذي ينخر بنيان المجتمع الجزائري.

فدور الإعلام في مكافحة جرائم الفساد في المجتمع يتطلب مضاعفة النشاط الإعلامي و الثقافي والتربوي، وأن تنظم حملات صحفية قوية وناجحة من أجل إسقاط هيبة القائمين بها اجتماعيا وإنسانياً ، وضياعهم في المستقبل و الحاضر، و من خلال إعداد خطة إعلامية مدروسة تصل إلى عقول أفراد المجتمع ونفوسهم، فتصقلها

وتنميها من خلال وضع برامج للوقاية من الفساد من خلال وضع كافة الوسائل والأساليب الوقائية و العلاجية من أجل وقاية و علاج المجتمع من آفة الفساد .

ويأتي دور الإعلام كأهم سبل مواجهة الجريمة، من خلال وسائله المقروءة أو المسموعة أو المرئية ببرامجها ومضامينها التي تلعب دورا فعالاً خاصة مع التقنية الحديثة، والتي من خلالها يمكن نقل الخبر والكلمة والصورة في دقائق.

يعتبر الفساد، قضية سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية ، وهو من المسائل و المصطلحات المتداولة كثيرا لدى العام والخاص، فاتساع دائرته و تشابك حلقاته و ترابط آلياته أثرت على نسيج المجتمعات وسلوكيات الأفراد و طريقة أداء الاقتصاد و النظام و القيم و سياسات الدول .

الجزائر بذلت جهودا معتبرة في سبيل مكافحة الفساد وترشيد الحكم، فلم تبقى بمعزل عن الحركية الدولية المتعلقة بمواجهة الفساد، فالمشرع نص على جملة من الآليات القانونية التي من شأنها مكافحة جرائم الفساد، لا سيما عن طريق إنشاء الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته، والديوان المركزي لمكافحة الفساد وقمعه. ويتجلى دور هذه الأجهزة في دعم التدبير الجيد والحكم الراشد، والعمل على تحسين الأداء وتعزيز الشفافية وتأمين المساءلة والحفاظ على المصداقية، وسنتناول دراسة الهيئتين بأن نعالج الإشكالية التالية "

أ–الآليات القانونية لمكافحة الفساد:

إن مصطلح الفساد جديد في التشريع الجزائري، إذ لم يستعمل قبل سنة 2006، كما لم يجرم في قانون العقوبات، غير أنه بعد تصديق الجزائر على اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد سنة 2004 بموجب المرسوم الرئاسي رقم 128/04 المؤرخ في 2004/04/19، كان لزاماً عليها تكييف تشريعاتها الداخلية بما يتلاءم وهذه الاتفاقية، فصدر قانون الوقاية من الفساد رقم 06/ 01 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل و المتمم، والذي جرم الفساد بمختلف مظاهره [1] .

1 –**المرسوم الرئاسي** رقم 128/04 المؤرخ في 2004/04/19 المتضمن المصادقة بتحفظ على اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد المعتمد جمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة بنيويورك، بتاريخ 2003/01/31 .

فالقانون رقم 06-01 الخاص بالوقاية من الفساد و مكافحته المؤرخ في 20 فبراير 2006 تم إعداده من قبل لجنة قطاعية مشتركة متعددة الاختصاصات أمر بتشكيلها رئيس الجمهورية خلال افتتاح السنة القضائية 2004-2005 و أشرف عليها وزير العدل حافظ الأختام [1].

فالمشرع الجزائري انتهج نفس منهج اتفاقية الامم المتحدة لمكافحة الفساد ،إذ أنه اختار كذلك عدم تعريف الفساد ، بل انصرف في تعريفه من خلال الإشارة إلى صوره و مظاهره ، و هذا ما تؤكده الفقرة أ من المادة 02 من قانون الوقاية من الفساد و مكافحته .

فالفساد هو كل الجرائم المنصوص عليها في الباب الرابع من هذا القانون، و بالرجوع إلى هذا الباب فإنه يمكن تصنيف جرائم الفساد إلى أربعة أنواع و هي: اختلاس الممتلكات و الإضرار بها ، الرشوة ، و ما في حكمها ، الجرائم المتعلقة بالصفقات العمومية ، التستر على جرائم الفساد [2].

لقد كانت الجزائر من بين الدول السباقة إلى المصادقة على الاتفاقية الدولية لمكافحة الفساد، المعتمدة من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة يوم 2003/10/31، و ذلك بموجب المرسوم الرئاسي رقم 128/04 المؤرخ في 2004/04/19 ، و هذا دليل على الاهتمام الكبير و الشديد الذي أولته الدولة الجزائرية للوقاية من خطر الفساد و مكافحته .

فلم يعد الفساد شأنا محليا، بل أصبح ظاهرة عالمية تمس كل المجتمعات، فعلى الصعيد الإقليمي لم تبقى الجزائر بمعزل عن الحركة الدولية المتعلقة بمراجعة الفساد ، بل انضمت إلى اتفاقية **الاتحاد الإفريقي** لمنع الفساد ومكافحته ، المعتمدة بمابوتو في 11 يوليو سنة 2003 التي تم المصادقة عليها بموجب مرسوم رئاسي رقم 06-137 مم مؤرخ في 10 أفريل سنة 2006 .

كما تمت المصادقة على **الاتفاقية العربية لمكافحة الفساد** المحررة بالقاهرة بتاريخ 21 ديسمبر 2010 بموجب مرسوم الرئاسي رقم 14-251 مؤرخ في 8 سبتمبر سنة 2014[3]

1-رفافة فاقة، **الفساد و الحوكمة** ، مكتبة الوفاء القانونية ، الإسكندرية ، الطبعة الأولى 2016 ، ص 366.

2 دحماني آمال ، **الآليات القانونية لمكافحة الفساد الإداري في الجزائر** ، مذكرة ماستر ، جامعة الطاهر مولاي ، سعيدة ، 2015-2016 ، ص 8 .

3-مجموعة من النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بمكافحة الفساد ، **قانون مكافحة الفساد** ، بربتي للنشر ، الجزائر ، 2017 ، ص 144.

ب–تخصيص أجهزة لمكافحة الفساد:

حظي تخصص الأجهزة المكلفة بمكافحة الجرائم الاقتصادية بالتركيز عليه دائما، ذلك أن هذا التخصص قائم منذ عقد الستينات من القرن المنصرم، سواء بالنسبة للأجهزة المكلفة بإجراء التحقيقات الإدارية و المالية أم بالنسبة للأجهزة المكلفة بالتحقيقات القضائية

*** أقسام الوحدات الاقتصادية والمالية**

–المديرية العامة للأمن الوطني:

مكافحة الجرائم الاقتصادية والمالية إحدى المهام المنوطة بالمديرية العامة للأمن الوطني، تضطلع بها مديرية الشؤون الاقتصادية والمالية التابعة لها، وهذا الجهاز المركزي المتخصص مكلف بتتبع، توجيه وتنسيق أنشطة الشرطة في قضايا الفساد، وعلى مستوى جهاز الأمن كل ولاية تتكفل الوحدة الاقتصادية والمالية بإجراء التحقيقات المتعلقة بقضايا الفساد[1].

–الدرك الوطني:

يوجد داخل المصلحة المركزية للتحقيقات الجنائية مكتب متخصص في مكافحة الجرائم الاقتصادية والمالية، تتولى وحدات متخصصة تابعة لها تنفيذ أنشطة هذه المصلحة على الصعيد الإقليمي[2] .

***مصالح وأجهزة متخصصة في كشف قضايا الفساد والتحقيق فيها ومعالجتها قضائيا:**

– خلية معالجة الاستعلام المالي:

1– استعراض تنفيذ اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد ، مؤتمر الدول الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد، مدينة بنما ، نوفمبر 2013 ، ص 04

2ا–ستعراض تنفيذ اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد ، مؤتمر الدول الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد، مدينة بنما ، نوفمبر 2013 ، ص 05

أنشئت خلية معالجة الاستعلام المالي عام 2002[1] ، و بدأت العمل منذ عام 2004 ، وهي سلطة إدارية تابعة لوزارة المالية متخصصة في مكافحة تمويل الإرهاب وغسيل الأموال ، و تشمل مهمتها ما يلي :

- تلقي تقارير عن الأنشطة المشبوهة المتعلقة بتمويل الإرهاب أو عمليات غسل الأموال.
- إحالة الملفات ذات الصلة إلى النيابة العامة التي لديها الولاية القضائية في البلد.
- تنفيذ التدابير اللازمة لكشف كل أشكال تمويل الإرهاب وغسل الأموال.
- و يجوز لهذه الخلية أن تطلب من الهيئات المعينة و الأشخاص المعينين قانونا موافاتها بأي وثيقة أو معلومة يقتضيها إنجاز مهمتها.

–الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد و مكافحته:

أنشئت الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد و مكافحته بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 06-01 عام 2006، [2] و شرعت في ممارسة مهام عملها في يناير 2013 ، و هي سلطة إدارية مستقلة، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، والهيئة مسؤولة أمام رئيس الجمهورية، وتعتبر الجهاز التنفيذي الرئيسي في الاستراتيجية الوطنية لمكافحة الفساد.

كما أنها مكلفة بجمع وتحليل إحصاءات الفساد و اتجاهاته، وقيادة الجهود المبذولة في مجال التوعية وتعزيز ممارسات الإدارة الرشيدة، فبمقتضى أحكام المادة 22 من القانون 06-01 توجد علاقة بين الهيئة و السلطة القضائية، و ذلك بقيام الهيئة عند توصلها إلى وقائع تشكل وصفا جزائيا، بتحويل الملف إلى السيد وزير العدل حافظ الأختام،

1- المرسوم التنفيذي رقم 02-127 المؤرخ في 24 محرم عام 1423 الموافق 7 أبريل سنة 2002 المتضمن إنشاء خلية معالجة الاستعلام المالي و تنظيمها و عملها ، المعدل و المتمم بالمراسيم التنفيذية

- رقم 08- 275 المؤرخ 6 رمضان عام 1429 الموافق 6 سبتمبر سنة 2008

-رقم 10-237 المؤرخ في 2 ذي القعدة عام 1431 الموافق 10 أكتوبر سنة 2010 .

- رقم 13-157 المؤرخ 4 جمادى 2 عام 1434 الموافق 15 أبريل سنة 2013 .

[2] – المرسوم الرئاسي رقم 06-413 مؤرخ ففي أول ذي القعدة عام 1427 الموافق 22 نوفمبر سنة 2006 ، يحدد تشكيلة الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد و مكافحته و تنظيمها و كيفيات سيرها .

الذي يخطر النائب العام المختص لتحريك الدعوى العمومية عند الاقتضاء. نتيجة ايجاد دلائل على قيام جرائم الفساد على إثر التحري و البحث.

إضافة إلى اختصاصات أخرى أن الهيئة تلتزم بتقديم سياسة شاملة للوقاية من الفساد و تجسيد مبادئ دولة القانون و تعكس النزاهة و الشفافية و المسؤولية في تسيير الشؤون و الأموال العمومية .

كما تقدم توجيهات خاصة بالوقاية من الفساد لكل شخص أو هيئة عمومية أو خاصة، و اقتراح تدابير خاصة ذات الطابع التشريعي والتنظيمي للوقاية من الفساد ، وكذا التعاون مع القطاعات المعنية العمومية و الخاصة في إعداد قواعد أخلاقيات المهنة.

كما تتولى إعداد برامج تسمح بتوعية وتحسيس المواطنين بالأضرار الناجمة عن الفساد، وترفع الهيئة إلى رئيس الجمهورية تقريراً سنوياً يتضمن تقييماً للنشاطات ذات الصلة بالوقاية من الفساد ومكافحته، وكذا النقائص المعاينة والتصريحات المقترحة عند الاقتضاء.

اختصاصات الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحتها أغلبها ذات طابع استشاري، يتعلق أساسا بالوقاية و ليس بالمكافحة ، ولا سيما وأن أحكام المادة 22 من قانون 06-01 تقضي على أنه يتعين على الهيئة عندما تتوصل إلى وقائع ذات وصف جزائي أ تحول الملف إلى وزير العدل، والذي يخطر النائب العام المختص لتحريك الدعوى العمومية عند الاقتضاء.

بمعنى أنه ليس للهيئة الحق في النظر في جرائم الفساد وردع مرتكبيها، كما ليس لها الحق في إحالة الملف مباشرة على القضاء، وإنما عليها تحويل الملف لوزير العدل، وفي هذا تقييد لعملها وسلطتها في مجال تحريك الدعوى العمومية.

كذلك بالرجوع إلى أحكام المادة 24 من قانون مكافحة الفساد، نجدها تنص على أنه :ترفع الهيئة إلى رئيس الجمهورية تقريرا ًسنوياً يتضمن النشاطات ذات الصلة بالوقاية من الفساد ومكافحته، فعدم احتواء النص على إشهار ونشر التقرير في الجريدة الرسمية أو في وسائل الإعلام يضفي الضبابية على تسيير الأموال العمومية وما لا يتماشى وأهداف الهيئة المتعلقة بتعزيز الشفافية والمسؤولية والعقلانية في تسيير الأموال العمومية، و إضفاء الشفافية على كيفية تسيير الشؤون العامة.

–المفتشية العامة للمالية

المفتشية العامة للمالية هيئة للمراقبة الدائمة تعمل تحت سلطة المباشرة للوزارة المالية ، وهي مسؤولة عن تدقيق بيانات الأموال العمومية في مرحلة لاحقة، وذلك بإجراء عمليات مراجعة للحسابات والتحقيقات، قد تفضي إلى إجراء ملاحقات قضائية [1].

– مجلس المحاسبة:

مجلس المحاسبة مؤسسة عليا تتولى المراقبة المالية اللاحقة لمالية الدولة، و لمالية السلطات المحلية و المؤسسات العمومية. فإذا رصد مجلس المحاسبة أثناء قيامه بمهامه الرقابية وقائع قد تدل على ارتكاب جرم جنائي ، أحال الملف إلى المدعي العام المختص إقليميا وذلك لغرض إجراء الملاحقة القضائية ، و أخطر وزارة العدل بذلك[2].

–الديوان المركزي لقمع الفساد:

أنشيء الديوان المركزي لقمع الفساد عام 2011 بموجب المرسوم رقم 11-426 [3]و بدأ عمله منذ مارس 2013، و هو جهاز مركزي متخصص في مجال التحقيقات مكلف بمكافحة الفساد ، ويضم هذا المكتب عناصر من مختلف أجهزة الجنائية العامة وخبراء ماليين ، وهو يتولى جمع الأدلة و إجراء تحقيقات بشأن أفعال الفساد [4] .

خاتمة:

إن حرية التعبير مسؤولية اجتماعية تأتي بالدرجة الأولى لخدمة الصالح العام والمجتمع وقيمه وتقاليده، فالمسؤولية تعني التخلي بأخلاقيات المهنة و التصرف بشكل مسؤول اجتماعيا اتجاه الرأي العام و مصالحة و إصدار تشريعات تحدد الحقوق و الواجبات وتنظم المجتمع الإعلامي.مع توفير المعلومات الأمنية الخاصة بالتوعية ضد الجريمة و تمليكها

[1]– استعراض تنفيذ اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد ، مؤتمر الدول الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد، مدينة بنما ، نوفمبر 2013 ، ص 04

2– استعراض نفس المرجع، ص 04

3– المرسوم الرئاسي رقم 11– 426 المؤرخ في 13 محرم عام 1433 الموافق 8 ديسمبر سنة 2011 ، المعدل بالمرسوم الرئاسي رقم 14– 209 المؤرخ في 25 رمضان عام 1435 الموافق 23 يوليو سنة 2014 يحدد تشكيلة الديوان المركزي لقمع الفساد و تنظيمه و كيفيات سيره .

4 استعراض تنفيذ اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد ، المرجع السابق ، ص 05 .

للأجهزة الإعلامية للاستفادة منها مع الالتزام بالمصداقية من خلال استخدام المنهج العلمي لمعرفة احتياجات الجمهور من خلال التوعية الأمنية و الوقاية من الجريمة .

وهذا يتطلب عدم إخفاء المعلومات والالتزام بالحقائق الموضوعية المجردة و احترام القضاء و تطوير البرامج الإعلامية في مجال التوعية الأمنية. كما يستلزم تنشيط دور الجمهور للتعاون مع الأجهزة الأمنية و دعم النشاطات الطوعية المساندة لعمل الأجهزة الأمنية و تكثيف و تنويع برامج التوعية الأمنية لتشمل كافة فئات المجتمع .

فتحصين الجمهور ضد الجريمة الوافدة لا يتأتى إلا من خلال التركيز على القيم الإسلامية السمحة و التحفيز على إتباع الأنماط السلوكية التي تمكن من التعامل مع المستجدات بعقل مستنير و إدراك انتقائي لما يبث .

المـــراجـــع:

1-المرسوم الرئاسي رقم 128/04 المؤرخ في 2004/04/19 المتضمن المصادقة بتحفظ على اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد المعتمد جمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة بنيويورك بتاريخ 2003/01/31 .

2-المرسوم التنفيذي رقم 02-127 المؤرخ في 24 محرم عام 1423 الموافق 7 أبريل سنة 2002 المتضمن إنشاء خلية معالجة الاستعلام المالي و تنظيمها و عملها ، المعدل و المتمم بالمراسيم التنفيذية .

- رقم 08- 275 المؤرخ 6 رمضان عام 1429 الموافق 6 سبتمبر سنة 2008

-رقم 10-237 المؤرخ في 2 ذي القعدة عام 1431 الموافق 10 أكتوبر سنة 2010 .

- رقم 13-157 المؤرخ 4 جمادى 2 عام 1434 الموافق 15 أبريل سنة 2013 .

3- المرسوم الرئاسي رقم 06-413 مؤرخ ففي أول ذي القعدة عام 1427 الموافق 22 نوفمبر سنة

4- المرسوم الرئاسي رقم 11- 426 المؤرخ في 13 محرم عام 1433 الموافق 8 ديسمبر سنة 2011 ، المعدل بالمرسوم الرئاسي رقم 14- 209 المؤرخ في 25 رمضان عام 1435 الموافق 23 يوليو سنة 2014 يحدد تشكيلة الديوان المركزي لقمع الفساد و تنظيمه و كيفيات سيره .

5-استعراض تنفيذ اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد ، مؤتمر الدول الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد، مدينة بنما ، نوفمبر 2013 .

6- أحمد إبراهيم مصطفى ، وسائل الإعلام و مؤسسات المجتمع المدني في تفعيل الشراكة المجتمعية من أجل التصدي للجريمة ، مركز الإعلام الأمني ، 2008 .

7-بهاء الدين حمدي ، الإعلام الجنائي ، و آثاره في الحد من الجريمة ، دار الراية للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، الاردن ،2003 .

8-بن عودة محمد ، دور الإعلام في الوقاية من الجريمة والانحراف ، المركز الجامعي خميس مليانة مقال منشور على موقع الإلكتروني: https://sites.google.com/site/socioalger1/lm-alajtma/mwady-amte/alalam-alwqayte إطلاع بتاريخ 2019/03/18 .

9- دحماني آمال ، الآليات القانونية لمكافحة الفساد الإداري في الجزائر ، مذكرة ماستر ، جامعة الطاهر مولاي ، سعيدة ، 2015-2016.

10-رفافة فاقة ، الفساد و الحوكمة ، مكتبة الوفاء القانونية ، الإسكندرية ، الطبعة الأولى 2016 .

11- على بن فايز الجحني ، الإعلام الأمني و الوقاية من الجريمة ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، 2000 .

12-مجموعة من النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بمكافحة الفساد ، قانون مكافحة الفساد ، برتي للنشر ، الجزائر ، 2017.

العلاقات الأسرية في ظل وسائل الإعلام الجديدة

Family relationships under the new media

أ/فريدة فلاك*

ملخص:

إن التطورات التكنولوجية المتلاحقة والمتسارعة في مجال الإعلام والاتصال وخاصة وسائل الإعلام الجديدة قد غيرت أنماط كثيرة في حياة الأفراد ولعل العلاقات الأسرية أهمها، حيث تعد هذه الأخيرة من أهم العلاقات الإنسانية التي أخذت في الاضمحلال نتاج تأثير هذه الوسائل على التواصل الأسري.

وعليه تهدف هذه الدراسة إلى بحث واقع العلاقات الأسرية في ظل الوسائط الاتصالية الجديدة وجملة التأثيرات التي أحدثتها على هذه العلاقات، ثم طرح بعض الاستراتيجيات التي قد تساهم في جسر الهوة وتوطيد أواصر التواصل بين أفراد الأسرة.

الكلمات المفتاحية: العلاقات الأسرية؛ وسائل الإعلام الجديدة.

Abstract:

The successive and accelerated technological developments in the field of information and communication, especially the new media that have changed many patterns in the lives of individuals and perhaps the most important is family relations, where the latter is one of the most important human relations that began to fade due to the impact of these means on family communication.

Therefore, this study aims to examine the reality of family relations in light of the new communication media and the range of influences it has caused on these relations, And then put forward some strategies that may contribute to strengthen the bonds of communication between family members.

Keywords: *family relationships, new media.*

*- طالبة دكتوراه بالسنة الثالثة علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر –بسكرة–، الجزائر.

مقدمة:

مما لاشك فيه أن وسائل الإعلام الجديدة تلعب دوراً بالغ الأهمية في حياة الأفراد لما تتيحه هذه الوسائل من مزايا وخصائص غير مسبوقة إذ لا يمكننا تجاهل الأدوار الإيجابية التي لعبتها إن على مستوى الفرد أو الأسرة أو المجتمع، إلا أنها في الوقت ذاته تشتمل على العديد من التأثيرات السلبية التي أفرزتها كتهديد الاستقرار الأسري، هدر الوقت، اضمحلال العلاقات الأسرية، وقد حاولت عدة دراسات بحث تأثيرات هذه الوسائل على الفرد والمجتمع والعلاقات الأسرية والاجتماعية بصفة عامة؛ حيث أصبح الفرد في خضمها يتواصل مع التكنولوجيا أكثر من تواصله مع أفراد أسرته، ومن هذا المنطلق تتبلور معالم إشكالية دراستنا على النحو الآتي:

- **ما هو واقع العلاقات الأسرية في ظل وسائل الإعلام الجديدة ؟**

أولا: وسائل الإعلام الجديدة

تعد وسائل الإعلام الجديدة إحدى الوسائل التي أفرزتها التطورات التكنولوجية المتلاحقة، ومن بين التعاريف التي وضعها الباحثون لهذه الوسائل نجد تعريف "ليا ليفرو وسونيا ليفنجستون" حيث يعرفان وسائل الإعلام الجديدة "بأنها تقنيات المعلومات والاتصال وسياقاتها الاجتماعية التي تتضمن ثلاثة عناصر رئيسية: الأدوات المادية أو الأجهزة التي تمكن وتوسع قدرات الناس على الاتصال وتشارك المعنى، وأنشطة الاتصال أو الممارسات التي ينخرط فيها الناس عندما يطورون ويستخدمون هذه الأجهزة، والترتيبات الاجتماعية والأشكال التنظيمية الأوسع التي يبتدعها الناس وينشؤنها حول الأدوات والممارسات".[1] ومن بين أهم وسائل الإعلام الجديدة:

1. **شبكات التواصل الاجتماعي**: التي تعرف "بأنها مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد ومنظمات الأعمال في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، منظمة ... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض".[2] ومن أنواع شبكات التواصل الاجتماعي نذكر الآتي:

[1]- ليا ليفرو: **وسائل الإعلام الجديدة البديلة والناشطة**، ترجمة: هبة ربيع، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2016، ص: 14.

[2]- محمد فلاق: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر منظور تحليلي"، **الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، العدد 18 ، 2017، ص: 18.

موقع فيسبوك***Face Book***: انطلقت تطبيقات الفيسبوك بسرعة الصاروخ على شبكة الانترنت لتصير أحدث انقلاب في موازيين الشباب في الآونة الأخيرة وفكرة هذا التطبيق تقوم على الاعتماد على الجيل الثاني من الانترنت لخلق شبكة اجتماعية تمكن مجموعة من الشباب من إيجاد علاقة دائمة من خلال الصوت والصورة والفيديو وغيرها من التطبيقات،[1] والفيسبوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن للعضو بهذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته لتكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه، وقد حقق هذا الموقع نجاحاً وانتشاراً واسعاً قل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، حيث بلغ معدل الاشتراكات 150 ألف مشترك جديد يومياً.[2]

موقع تويتر *twitter*: يعد تويتر من الشبكات الاجتماعية والإخبارية التي يسهل فيها انتشار الخبر بسرعة كبيرة، كما أن سرعة التفاعل مع الخبر يساعد على زيادة ضخ الأخبار وعادة ما يكون لها فضل السبق في كثير من الأحداث الجارية محلياً وعالمياً.[3]

"كما أن موقع تويتر هو شبكة اجتماعية يتم التواصل فيها بين الأعضاء تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات *Tweets* حالتهم بأقصى 140 حرف للرسالة الواحدة وذلك مباشرة عن طريق الموقع أو عن طريق برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها"*SMS*" إرسال رسالة نصية قصيرة، وتظهر التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي".[4]

تأسس اليوتيب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة "*Paypal*" عام 2005 كأحد أكبر الكيانات في عالم الويب في"*Menlo park*" ولاية كإلىفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتليفزيون والفيديو والموسيقى.

---

[1]- ماهر عودة الشمايلة وآخرون: **الإعلام الرقمي الجديد**، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص: 204.

[2]- على خليل شقرة: **الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)**، نبلاء ناشرون وموزعون- دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014، ص ص: 64، 65.

[3]- محمد سيد زيان: **الإعلام الجديد**، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012، ص: 50.

[4]- نها السيد عبد المعطي: **صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد**، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، 2015، ص ص: 88، 89.

2. **المدونات الالكترونية**: والمدونات (*blogs*)، ال"بلوغرز"، هي تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهي في أبسط صورها عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام إليه لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل تدوينة منها عنوان دائم ومسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، مما يمكن القارئ من الرجوع إليها في وقت لاحق، عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها.[1]

3. **الصحافة الالكترونية**: تعرف الصحافة الالكترونية بأنها وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار والمقالات، وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية –الانترنت– بشكل دوري وبرقم مسلسل باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي سواء كان لها أصل مطبوع أو كانت صحيفة الكترونية خالصة.[2]

ثانياً: الأسرة

1. **تعريف الأسرة**: هناك تعريفات عديدة للأسرة من قبل الباحثين والدارسين، ومن بين التعريفات الهامة للأسرة تعريف **أرنست بورجيس** الذي يركز على أهمية الجانب التفاعلي للأسرة، فالأسرة على حد تعبيره "وحدة من الشخصيات المتفاعلة"، ويعرفها **على أسعد وطفة** "الأسرة وحدة اجتماعية اقتصادية ثقافية بيولوجية تتكون من مجموعة من الأفراد الذين تربطهم علاقات من الزواج والدم والتبني، ويوجدون في إطار من التفاعل عبر سلسلة من المركز والأدوار، وتقوم بتأدية عدد من الوظائف التربوية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية".[3]

وتمثل الأسرة الخلية الأولى أو الأساس الذي يقوم عليهكيان المجتمع، لأنها البيئة الطبيعية الأولى التي يولد فيها الطفل وينمو ويكبر حتى يدرك شؤون الحياة ويشق طريقه فيها،[4] والأسرة هي أول مؤسسة يتعامل معها الطفل من مؤسسات المجتمع، وهي البيئة الثقافية التي يكتسب منها لغته وقيمه، وتؤثر في تكوينه الجسمي والنفسي والاجتماعي والعقائدي،

---

[1]- فيصل أبو عيشة: **الإعلام الإلكتروني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص:151.

[2]- محمود عزت اللحام، مروى عصام صلاح: **الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص: 157.

[3]- على أسعد وطفة: **علم الاجتماع التربوي**، ط3، منشورات جامعة دمشق، 2004، 2005، ص ص: 73.

[4]- شبل بدران، أحمد فاروق محفوظ: **أسس التربية**، ط5، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص: 79.

فالأسرة مسؤولة عن حفظ النوع الإنساني، وتوفير الأمن والطمأنينة للطفل وتنشئته تنشئة ثقافية تتلاءم مع مجتمعه وتحقق له التكيف الاجتماعي.[1]

ومن المعروف أن للأسرة أدواراً كثيرة، ووظائف متعددة تقوم بها وتقدمها للطفل، أبرزها قضية التثقيف التي تعتبر من الوظائف الهامة، فهي الوظيفة التي تفرض على الأسرة إعداد الطفل وتهيئته للمشاركة في الحياة الاجتماعية وتعريفه بثقافة المجتمع وما يتضمنه من قيم وعادات وتقاليد وسلوكيات، ومنهجيات حياتية اجتماعية مختلفة،[2] كما تمكنه من الحفاظ على التعاون والتحاور والتواصل الأسري من خلال تلقينه أبجديات التعامل داخل الأسرة ومع أفرادها.

2 . أهمية العلاقات الأسرية في الحفاظ على الأسرة

يمثل الكيان الأسري السوي الوحدة الاجتماعية الأساسية في المجتمع، وكلما كانت العلاقات الأسرية والتبادل الأسري بين أعضاء الأسرة قويا وسويا كلما كانت الأسرة سلمية وكان الجو الأسري ملائما لتكيف الأطفال وسلامة نموهم العاطفي والنفسي، وأي صدام يقع بين الأبوين يشعر به الطفل حتى ولو لم يحدث أمامه مما يفقده الشعور بالاتزان الانفعالي فيصبح الطفل متقلب في انفعالاته، وهذا ما تؤكده الدراسة التي قام بها خليل (2000، ص 28) حيث أثبتت النتائج أن الأسرة المترابطة تحقق قدراً كبيراً من الأمان الأسري لأبنائها ما ينعكس ايجابيا على تمتعهم بالسلامة النفسية، كما أن ذلك يدفعهم إلى الانطلاق للحياة خارج الأسرة والتفاعل مع المجتمع بشكل ايجابي.

ومن ناحية أخرى فإن الاتجاهات والمشاعر التي تسود بين أعضاء الأسرة تنعكس على اتجاهات ومشاعر وأفكار الطفل، فإذا ما حصل الطفل على الإحساس بالأمن في منزله فإن هذا الإحساس يساعد الطفل على مواجهة مشكلات ومواقف الحياة في المستقبل، كما أن طبيعة الحياة الأسرية تؤثر بشكل كبير في توافق الطفل والمراهق من الناحية الاجتماعية والانفعالية حيث ينظر الطفل والمراهق إلى ذاته ويتقبلها بنفس الدرجة التي يتقبل بها أعضاء أسرته لهذه الذات، وتقبل الذات يلعب دوراً هاما في أمن الفرد الانفعالي.[3]

---

[1]– عبد الرزاق محمد الدليمي: **وسائل الإعلام والطفل**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2012، ص: 43.

[2]– عبد الفتاح أبو معال: **أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص: 123.

[3]– إلهام بنت فريح بن سعيد العويضي: **أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة**، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية، قسم السكن وادارة المنزل، جدة، المملكة العربية السعودية، 2004، ص ص: 48، 49.

ثالثاً: وسائل الإعلام الجديدة الوجه الآخر لتفكك أواصر العلاقات الأسرية

لقد صاغت وسائل الاتصال الجديدة أساليب استخدام تنحو نحو الفردية فلم يعد الهاتف والحاسوب أسرياً بل شخصياً وشديد الخصوصية، كما أن زيادة فرص المتابعة لقنوات الإعلام والاتصال وزيادة مدة البث التي تصل في كثير منها إلى ما يقرب من اليوم كاملاً، لم يبق أمام الأسرة أية فرصة للحوار والتواصل والتشاور وتبادل الآراء، ومع أن الوسائل وجدت لتسهيل وتعميق التواصل لكن تطبيقاتها المنظورة لا تلبي الهدف من تعميمها، نعم يتصل أفراد الأسرة كثيراً؛ ولكنهم لا يتصلون مع بعضهم بعضاً، ويجلس أفراد الأسرة طويلاً أمام شاشات الحاسوب متابعين ما ينشر على شبكة الإنترنت على حساب الوقت الذي يجب أن ينفق في الأسرة ومعها، فقد جعلتنا وسائل الاتصال نتواصل مع البعيد على حساب القريب، وكم منا من لاحظ كيف ينشغل أفراد الأسرة الواحدة بنغمات وبرامج هواتفهم النقالة لساعات طويلة من دون كلمة واحدة يتبادلونها.[1]

يرى بعض الباحثين في علم الاجتماع أن بعض وسائل الإعلام الجديدة أثّرت سلباً على العلاقات الأسرية، وساعدَت على اتساع الفجوة بين أفراد الأسرة والتفكك فمواقع التواصُل الاجتماعي وعلى رأسها الـ"فيس بوك" أصبحت إدماناً يُمثّل خطورة على الأسرة العربية والعلاقات والتقارُب والدفء الذي تتميّز به المجتمعات العربية، كونها تتجه نحو "تفتيت الجمهور" وتقليص العلاقات الحقيقية لصالح العلاقات الافتراضية.[2]

لقد أحدثت وسائل الإعلام الجديدة بمختلف وسائطها تأثيرات على مختلف المستويات ولعل أهمها في الجانب الاجتماعي وفي مؤسسة التنشئة الاجتماعية الأولى، والأسر العربية والجزائرية بطبيعة الحال ليست بمنأى عن تلك التأثيرات التي أحدثتها هذه الوسائل ولعل من أهم تلك التأثيرات ما يلي:

– **هشاشة العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسرة الواحدة (الأبناء والوالدين)**: أصبحت المقولة القائلة أن الإنسان اجتماعي بطبعه تتراجع وبدأت في الاضمحلال فلا بأس أن نقول اليوم أن الإنسان تكنولوجي بطبعه، إذ أصبح ينبهر وينجذب لأحدث وأذكى وسائل التحاور و افتقارها إلى التغذية الراجعة وتبادل الأفكار والمشاعر، فأصبح الاتصال يقتصر على الجمل القصيرة بين أفراد الأسرة الواحدة التي تقتضيها الضرورة، فعوض أن يتحاور المراهق مع

---

[1]– محمد خليل الرفاعي: دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية"، **مجلة جامعة دمشق**، المجلد 27، العدد الأول+ الثاني، 2011، ص: 728.

[2]– **كيف غيرت مواقع التواصل الإلكترونية علاقاتنا الاجتماعية**، متاح على الرابط التالي:
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=d، تاريخ الاسترجاع (20-02-2019)

أمه أو أبيه على رغباته أو مشكلاته الدراسية والعاطفية، فإنه يفضل التوجه والانخراط في عالم الشات "*chat*" لساعات عديدة وكأن البحث عن الحلول لمشاكله في العالم الافتراضي لأفضل من البحث في العالم الواقعي.

إن امتلاك الطفل لوسائل التكنولوجيا بما فيها الشبكة العنكبوتية (الانترنيت)، حيث يقضي الطفل خاصة المراهق ساعات أمام جهاز الكمبيوتر، وبمرور الزمن يكون هذا المراهق مدمنا عليها مما يعرضه للإدمان على هذه الشبكة، لأن هذه الأخيرة لا تمارس عليه سلطة تعسفية، أو بالعكس نجده يدخل في مواقع سهلة الممارسة، وهذا ما يجعله يترك الحياة الاجتماعية الطبيعية، ونتيجة قضاء ساعات طويلة أمام الشبكة العنكبوتية، فسنجد الطفل أو المراهِق لا يَختلِط بالناس ولا يعاشِرهم، وسيصيح منعزلا متعودا على الانعزال الاجتماعي، على الرغم مِن أنه كان يحب العِشْرة والمعاشَرة الاجتماعية قبل الإدمان، (...) ويسعى إلى إيجاد ضالته في التواصل مع غيره في مواقع التواصل الاجتماعي، فيجلس المراهقون لأوقات غير محدودة أمام أجهزة التواصُل، ويستفيدون من تكنولوجيا التواصل والمعلومات، وفي المقابل فإن هذه الساعات تعني العزلة الاجتماعية عن الأسرة، وتعني الخمول الجسمانِي، وتعني الضغط والتوتر النفسي، فضلا عن التأثيرات السلبية عليهم نتيجة الدخول إلى المواقع غير البريئة واللاأخلاقية.[1]

ضعف العلاقة بين الزوجين: بمجرد وجود جهاز الكمبيوتر في البيت حوله إلى مكان عمل إضافي، لأن الفرد أصبح من خلال وجود جهاز الحاسوب المحمول وبكل أنواعه، يمارس أغلب مهامه في البيت، مما ينقص من التواصل مع أفراد عائلته حتى زوجته مما يجعل الزوجة تمل وتكره هذه الأجهزة، أو يمكن حتى التطلع في أعمال زوجها، مما يخلق مشاكل وتطورها كما أنها تضعف في جمع الأسرة في نشاطات مشتركة.

وجود الانترنيت في البيت واستعمالها بغير عقلانية، يهدد ترابط العلاقة الأسرية الحميمية، خاصة عند قضاء أحد أفراد العائلة وقتا طويلا أمام الانترنيت، مما يزيد من شك أحد الزوجين في الاستعمال لهذا التكنولوجيا في حد ذاتها، خاصة بظهور آفات اجتماعية ومواقع غير أخلاقية على الشبكة العنكبوتية، مما يؤدي إلى ظهور خيانة زوجية، وخاصة عند إحساس أحدهما بالبرودة العصبية من الطرف الآخر، مما يؤدي إلى الهروب إلى المواقع المخلة بالحياء، وكذا مواقع الشات وغيرها.

[1]– طاوس وازي، عادل يوسف: **وسائل التكنولوجيا الحديثة و تأثيرها على الاتصال بين الآباء و الأبناء (الانترنيت والهاتف النقال نموذجا)**، الملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة أيام 9–10 أفريل 2013، جامعة قاصدي مرباح ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية. ص ص: 5، 6.

وكذا جهاز التلفاز وبرامجه التي تؤثر سلبا على العلاقة الزوجية، فكم من عائلة انفصلت كان سببها المسلسلات وخاصة المدبلجة التي تأخذ وقتا كبيراً من وقت الزوجة، مما يقلل من دورها الزواجي تجاه زوجها أو أبنائها، سواء كان سببا في حرق الطعام أو سقوط الطفل الصغير ....وغيرها من المشاكل في البيت.[1]

1–التواصل الأسري وأثره في توطيد العلاقات الأسرية

يمكن تعريف التواصل الأسري بأنه "الاتصال الذي يكون بين طرفين (الزوجين) أو عدة أطراف (الوالدين والأبناء) والذي يتخذ عدة أشكالٍ تواصليةٍ، كالحوار والتشاور والتفاهم والإقناع والتوافق والاتفاق والتعاون والتوجيه والمساعدة، ويبدو التواصل في أبهى صوره عندما يتجسد الاتفاق بين الأفراد والتفاعل حتى يصبحوا أصحاب لغة واحدة ومفاهيم موحدة، أو على الأقل مفاهيم متقاربة".

كما يقصد بالتواصل الأسري "لغة التفاهم والتحاور بين أفراد الأسرة التي تنقل أفكار كل منهم ومشاعره ورغباته واهتماماته وهمومه إلى الآخرين في الأسرة، وتشمل هذه اللغة الكلام والحركات والتعبيرات والإرشادات والإيماءات وغيرها من الرموز اللفظية وغير اللفظية التي يقوم عليها التفاعل والتوافق بين أفراد الأسرة، وتجعلهم سعداء أو أشقياء بحياتهم الأسرية، فالتواصل الأسري الجيد مفتاح سحري لسعادة الأسرة وجمعها على تقوى الله"؛ فجماعة الأسرة حينما تتحلق حول مجموعة من الأهداف المرتبطة بحياة الأعضاء، فإن ذلك يكون مدعاة لتماسكها وتكاملها، وهو ما يعبر عنه بوحدة الهدف، ولا غرو من القول بأن الأسرة تقدم الحنان والدفء العاطفي ضمن علائقها الداخلية لتنمي روح الألفة والمودة بين أفرادها.[2]

رابعاً: تفعيل الاتصال رهان فاعل في توطيد العلاقات الأسرية

توجد الكثير من الأشياء التي يمكن للأسرة أن تقوم بها لتفعيل الاتصال وبالتالي تحسين نوعية العلاقات الأسرية، يمكن للأسرة تحسين مهارات الاتصال بإتباع بعض الاستراتيجيات لبناء اتصال أسري فعال:

---

[1]– طاوس وازي، عادل يوسف، **مرجع سابق**، ص: 8.

[2]– ماجد رجب العبد سكر: **التواصل الاجتماعي أنواعه – ضوابطه – آثاره – ومعوقاته " دراسة قرآنية موضوعية"**، مذكرة ماجستير غير منشورة في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية، غزة، كلية أصول الدين، قسم التفسير وعلوم القرآن، 2011، ص: 39.

– **التواصل باستمرار:** أحد المشكلات التي تواجه الأسرة اليوم هي عدم إيجاد الوقت الكافي للجلوس مع بعض، فقد بينت بعض الدراسات أن نقص الوقت أصبح يشكل هاجسا لدى الناس أكثر من نقص المال، وعموما يتضمن التواصل باستمرار:

–**إيجاد الوقت الكافي لكي تجتمع الأسرة مع بعضها للحديث:** انشغال الآباء طيلة اليوم بأعمالهم والتحاقهم بالمنزل في وقت متأخر من الليل وقد أضناهم التعب ومعاناة المواصلات، بحيث قد لا يجد الوالدان في نفسيهما الاستعداد لسؤال الأبناء عن أحوالهم والانبساط إليهم في القول وولوج عالمهم الخاص بهم، مما يجعل بعض المشاكل الطارئة لدى الأبناء تنمو و يشتد خطرها في غياب وعي الآباء بها نتيجة ضعف التواصل الأسري أو غيابه في فترات جد حرجة من حياة الأطفال والشباب.

كلما قدر أفراد الأسرة على عقد مجلس أسري كل أسبوع، أو حتى كل شهر للتداول في شؤون الأسرة المادية والمعنوية، ومسح صفحة القلوب بشيء من العتاب اليسير، والتسامح، والتغافر وبعض المواد التربوية الخفيفة كشرح آية، أو حديث، أو مقطع من السيرة النبوية الشريفة، أو قراءة ثمن، أو ربع من القرآن الكريم، أو سرد قصة هادفة، أو شيء من النكات البريئة الهادفة..، كل ذلك ومثله يعمق التواصل والترابط.

– **الاستماع بفاعلية:** ويشير الاستماع لما يقوله الآخرون ويتضمن:

–**طلب التوضيح عند عدم الفهم:** حسن الإصغاء لأفراد الأسرة لبعضهم البعض وحسن الاستماع لمشاكل بعضهم البعض، يعطيهم فرصة لمعرفة وفهم بعضهم البعض، وبالتالي تحقيق الاتصال الايجابي داخل الأسرة، وهو الأسلوب الأنجع لبناء الأسرة الصحية.

–**بذل الجهد لفهم وجهة نظر الآخر:** بذل الجهد لفهم أفرد الأسرة وجهات نظر بعضهم البعض، واحترامهم لبعضهم البعض، أثناء الحوار من العوامل الأساسية لنجاح التواصل الأسري.

–**الاعتراف واحترام وجهة نظر الآخر:** كهز الرأس تارة، وتكرار كلمة فهمت تارة أخرى (وهذا يبين للطرف المتحدث مدى اهتمامك لما يقوله).

–**فكر في الشخص الذي تتواصل معه:** لأجل تفعيل العلاقات الأسرية، يجب مراعاة السن واللغة والمستوى فالتواصل مع الأطفال يختلف عن التواصل مع الكبار، فإذا كانت أفكار الأبناء تختلف عن أفكار آبائهم فكيف

يلتقون معا حتى يتم الحوار على مساحة كبيرة؟ خصوصا إذا وضعنا في الاعتبار الصعوبة التي يجدها الطفل في استيعاب وهضم أفكار الكبار، تماما كما يجد صعوبة في حمل مقدار الوزن الذي يستطيع والده أن يحمله، من هنا نجد أن الواقع يفرض نزول كل أب إلى مستوى أبنائه حتى يلتقي معهم، وحتى تثمر جهود الآباء في تحقيق التقارب وسهولة الالتقاء بأبنائهم في حوار ناجح.

–**الانفتاح والإخلاص**: لأجل تواصل فعال لا بد من توفر الانفتاح و الإخلاص بين أفراد الأسرة، وهذا ما يؤدي إلى إنشاء علاقات ثقة بين أفراد الأسرة، وبدون هذه الثقة لا يمكن للأسرة من تكوين علاقات قوية يتحمل الآباء خاصة مسؤولية توفير الجو الآمن الذي يسمح لأعضاء الأسرة التعبير بكل صراحة عن أفكارهم ومشاعرهم.

– **التقييم الأسري**: الأسر الصحية الناجحة تقوم دوريا بعملية جرد لنقاط القوة، والضعف، وتحاول تحسين الجو الأسري، يمكن للأسرة أن تضع برنامجا للاجتماعات يكون الهدف منه هو مراجعة أو تقديم تغذية راجعة لمختلف السلوكات والمواقف، كذلك مناقشة وتوضيح كل القضايا التي تظهر من حين لأخر ومعالجتها في حينها. [1]

إن الأخذ بالاستراتيجيات المشار إليها آنفاً من شأنه تقوية العلاقات الأسرية والحفاظ على صلة الود بين أفراد الأسرة الواحدة خصوصا في وقتنا الحالي ومع تطور التقنية وتطبيقاتها التي تطالعنا بها كل يوم؛ حيث أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة الفرد تنقله من عالم واقعي إلى عالم افتراضي تُغَيَّبْ أحياناً معه روابط أسرية تُبقي الصلات وطيدة بين أفراد الأسرة الواحدة.

خاتمة وتوصيات

بطبيعة الحال لا يمكننا تجاهل الأدوار الايجابية التي تلعبها وسائل الإعلام الجديدة بمختلف وسائطها، لكن الملاحظ أن هذه الوسائل قد أثرت كثيرا على العلاقات الأسرية وتماسكها وخصوصياتها حيث برزت الانفرادية والعزلة الاجتماعية وساعدت على اتساع الفجوة بين أفراد الأسرة كما ساهمت في التفكك الأسري،

[1]– نادية بوشلالق: **الاتصال الأسري و دوره في تفعيل العلاقات داخل الأسرة**، ورقة علمية مقدمة في الملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة أيام 9–10 أفريل 2013، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية.

لكن في الوقت ذاته يمكن من خلال هذه الوسائل تسهيل التواصل ولم شمل الأسر وتقوية العلاقات الاجتماعية إذ لا يخفى ما لهذه الوسائل الجديدة من إيجابيات تعود بالنفع على الفرد والأسرة والمجتمع، وإن كانت هذه الوسائل في النهاية سلاح ذو حدين يعود أثره كيفما تم استخدامه.

وترتكز هذه الدراسة على التوصيات التالية:

– ترشيد استخدام وسائل الإعلام الجديدة على اختلافها وتخصيص وقت لاجتماع أفراد العائلة والعمل على تقليص الوقت المخصص للوسائط الاتصالية على حساب الأسرة.

– ضرورة نشر الوعي بمخاطر هذه الوسائل على مؤسسة التنشئة الأولى الأسرة مجسدةً في العلاقات الأسرية، ينضاف إلى ذلك دور المؤسسات الأخرى كالمؤسسات التعليمية وسائل الإعلام من خلال التوعية والارشاد والتوجيه.

– العمل على نشر ثقافة الحوار والتواصل بين أفراد الأسرة الواحدة.

– ضرورة الوعي بأهمية الحفاظ على العلاقات الأسرية في حفظ الأمن والاستقرار الأسري.

– الحرص على قضاء وقت مع الأسرة يوازي أو يفوق الوقت الذي يتم قضاءه رفقة الوسائل الإعلامية الجديدة.

– حرص الآباء والأمهات على توجيه أبنائهم وتوعيتهم باستخدام وسائل الإعلام الجديدة بما يعود بالنفع عليهم وتجسيد التفاعل والتواصل الأسري في أرقى صوره.

– ضرورة توحيد الجهود وتكاتفها من قِبل علماء النفس والاجتماع والإعلام كل في مجاله لبحث المشكلة والوقوف على التداعيات والأسباب الحقيقية وإيجاد حلول مشتركة تسهم في

تفعيل التواصل الأسري والتقارب بين أفراد الأسرة.

– إجراء المزيد من الأبحاث والدراسات حول تأثير الوسائط الاتصالية على العلاقات الأسرية مع بحث واقع هذه العلاقات خاصة في الأسرة الجزائرية لتشخيص الداء ووضع الحلول لذلك.

قائمة المراجع:

1- الهام بنت فريح بن سعيد العويضي: **أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة**، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية قسم السكن وادارة المنزل، جدة، المملكة العربية السعودية، 2004.

2- طاوس وازي، عادل يوسف: **وسائل التكنولوجيا الحديثة و تأثيرها على الاتصال بين الآباء والأبناء (الانترنيت و الهاتف النقال نموذجا)**، الملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة أيام 9-10 أفريل 2013، جامعة قاصدي مرباح ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية.

3- ليا ليفرو: **وسائل الإعلام الجديدة البديلة والناشطة**، ترجمة: هبة ربيع، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2016.

4- ماجد رجب العبد سكر: **التواصل الاجتماعي** أنواعه – ضوابطه – آثاره – ومعوقاته " د راسة قرآنية موضوعية"، مذكرة ماجستير غير منشورة في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الاسلامية، غزة، كلية أصول الدين، قسم التفسير وعلوم القرآن، 2011.

5- ماهر عودة الشمايلة وآخرون: **الإعلام الرقمي الجديد**، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

6- محمد خليل الرفاعي: **دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية"**، مجلة جامعة دمشق–المجلد- 27 العدد الأول+ الثاني،2011.

7- محمد فلاق: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر منظور تحليلي"، **الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، العدد 18 جوان،2017.

8- محمد سيد زيان: **الإعلام الجديد**، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012.

9- محمود عزت اللحام، مروى عصام صلاح: **الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

10- نادية بوشلالق: **الاتصال الأسري و دوره في تفعيل العلاقات داخل الأسرة**، ورقة علمية مقدمة في الملتقى الوطني الثاني حول الاتصال وجودة الحياة في الأسرة أيام 9-10 أفريل 2013، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية.

11-نها السيد عبد المعطي: **صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد**، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، 2015.

12-عبد الرزاق محمد الدليمي: **وسائل الإعلام والطفل**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2012.

13- عبد الفتاح أبو معال: **أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، .2006

14- على خليل شقرة: **الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)**، نبلاء ناشرون وموزعون- دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014.

15- على أسعد وطفة: **علم الاجتماع التربوي**، ط3، منشورات جامعة دمشق، 2004، 2005.

- فيصل أبو عيشة: **الإعلام الإلكتروني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010. 16

17- شبل بدران، أحمد فاروق محفوظ: **أسس التربية**، ط5، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.

18- الموقع الالكتروني:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source ، تاريخ الاسترجاع (2019-02-20).

الفيسبوك وتأثيره على الاتصال الأسري في الجزائر: دراسة ميدانية على عينة من الاسر لمدينة أم البواقي

Facebook and its impact on family communication in Algeria; Field study on a sample of households in the city of Oum El Boughi

أ/ **بوطهرة أسيا***

ملخص

لقد افضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال الالكتروني إلى انتاج وسائل الكترونية حديثة في التواصل الاجتماعي على غرار كل من "الماي سبيس" ,و "التوتير" ,و" الفيسبوك" هذا الاخير الذي يعد من اكثر المواقع استخداما نظرا للخدمات المتنوعة التي يقدمها و طبيعة التواصل الاجتماعي الذي يتيحه للمستخدمين, ان استخدام هذا الموقع و ان كان يعبر عن صيحة تكنولوجية لافتة عملت على الغاء المسافات و الحدود و التفاعل ضمن فضاء افتراضي الا انها في المقابل عملت على احداث تغير في علاقات الناس الاجتماعية ,و اشكال تفاعلهم و أساليب تواصلهم اذ أصبح الافراد يقضون وقتا طويلا امام شاشة الكمبيوتر على حساب الجلوس مع افراد اسرتهم و التفاعل معهم مما خلق نوع من العزلة الاجتماعية عن الاشخاص الواقعين في حياتهم الامر الذي قد يقود إلى تأثيرات سلبية على طبيعة العلاقات الاتصالية بين افراد الأسرة الواحدة , و تأتي هذه الدراسة الموسومة بالفيسبوك و تأثيره على الاتصال الاسري لدراسة تأثير هذا الاخير على الاتصال الاسري من خلال دراسة عينة من الاسر المستخدمة للفيسبوك بمدينة ام البواقي .

الكلمات المفتاحية: الفيسبوك-الاتصال –الأسرة –الاتصال الأسري

Abstract :

The tremendous progress in electronic communication technology has led to the production of modern electronic means of social communication such as MySpace, Twitter, and Facebook, which is one of the most widely used sites because of the variety of services provided and the nature of social communication that allows users to use this The site, though it expresses a technological cry that worked to eliminate distances and borders and interaction within the space of default.
In contraste, It has created a change in peoples social relations, Forms of interaction and communication methods, as individuels spend a lot of time in front of the

*- طالبة دكتوراه سنه رابعة في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال تنظيمي جامعة الجزائر 3

computer screen at the expense of setting with family members and interacting with them, creating a kind of social isolation from the people in their lives. May lead to negative effects on the nature of communication relations between family members, and this study, which is tagged with Facebook and its impact on family communication through the study of a sample of families used for Facebook in the city of Oum el bouaghi .

Keywords: Facebook – Communication - Family - Family Communication

مقدمة :

احدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية و ثورة حقيقة في عالم الاتصالات فتحت افاقا جديدة ,احدثت تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الانسانية و الثقافية و الفكرية و الاجتماعية كما اثرت بشكل كبير على كافة انماط الاتصال الانساني حيث فتحت مجالا واسعا لتجسيد مفهوم " القرية الكونية " الذي اشار إليه مارشال ماكلوهان ,و تعتبر الانترنت من اكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا و التي نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة امام الافراد لتفاعل و نقل همومهم و مشاكلهم من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة ,و مع اكتشاف الجيل الثاني للأنترنت واكبه ظهور مجموعة من التطبيقات الحديثة التي تندرج تحت ما يسمى بالإعلام الاجتماعي و الذي اضاف مميزات جديدة على الشبكة من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية من أبرزها" التويتر ,الفيسبوك ,ماي سبيس و مواقع أخرى " ,و يأتي موقع الفيسبوك في الصدارة و ذلك لسهولة استخدامه و مساهمته في التواصل مع الأصدقاء او العائلة بالإضافة إلى منح المستخدم فرصة التحرير و تبادل الصور و الملفات .... الخ و ذلك لما يتمتع به من مميزات تأتي في مقدمتها التفاعلية التي تسمح للمستخدم بالتفاعل و التواصل مع الاخرين من مختلف الدول و بناء علاقات معهم ضمن فضاء افتراضي الامر الذي ادى إلى ظهور علاقات افتراضية أصبحت تهدد كيان العلاقات بين الافراد بصفة عامة , و العلاقات داخل الأسرة بصفة خاصة مشكلة بذلك خطورة على المعايير ,و القيم السائدة بداخلها هادفة إلى ان تحل محل العلاقات الواقعية و استبدالها بعلاقات افتراضية .

و من هذا المنطلق تحاول هذه الدراسة معرفة كيفية تأثير الفيسبوك على الاتصال بين افراد الأسرة من خلال معرفة عادات و انماط استخدام الاسر الجزائرية للفيسبوك بالإضافة إلى معرفة الإشباعات التي يحققها لهم .

1– إشكالية الدراسة

شهدت تكنولوجيا الاتصال تطورات مذهلة منذ نهاية القرن العشرين و بداية القرن الحادي و العشرين ,حيث ازدادت اعداد المستخدمين لها بصورة متلاحقة ,فبعد ان كان الهاتف هو وسيلة الاتصال الامثل في الربط بين الافراد عبر مختلف انحاء العالم ,أصبح هناك وسائل اقوى و اسرع بعد دخول الانترنت ,فادى هذا التطور إلى ان أصبح العالم قرية كونية على حد تعبير "مارشال ماكلوهان "مما ادى إلى تغير العديد من المفاهيم و الادوار فالأنترنت مثلا لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات و ارسالها فقط بل تطورت إلى اكثر من ذلك فثورة الجيل الثاني من الانترنت ولدت ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي او بمواقع الشبكات الاجتماعية مثل :" الفيسبوك التويتر ما سبيس" وغيرها كثير و التي أصبحت مواقع عالمية واسعة الانتشار تضم الاف من المستخدمين لها نظرا لما جاءت به من تطبيقات متطورة , حيث انها تعد وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي تعمل على الربط بين الزملاء و الأصدقاء و تساعد على التعرف و التواصل بين الاشخاص و المجتمعات المختلفين عن بعضهم البعض ,فموقع الفيسبوك الذي انشاه الامريكي "مارك زوكربيرغ"سنة 2004 بغية ضم اصدقاء الجامعة و ضمان استمرارية التواصل فيما بينهم اضحى اليوم يضم ما يفوق نصف مليار مشترك ليصبح اليوم ذو جماهيرية كبيرة ليحتل المرتبة الثانية بعد موقع Google في قائمة المواقع التي تسجل اكبر تدفق للزوار المستخدمين ففتحت بذلك فرص جديدة امام الافراد للتفاعل و نقل همومهم و مشاكلهم من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة ,ان استخدام هذه المواقع و ان كان يعبر عن قفزة نوعية في مجال تكنولوجيات الاتصال الحديثة التي تمكنت من اذابة الحدود الجغرافية و خرق الزمان و المكان ووفرت انتشار واسعا للمعلومات في كافة انحاء العالم ,فأصبح العالم حقا قرية كونية بكل سمات ,الا انها في المقابل و بفضل مغرياتها و خدماتها المبهرة ,جعلت الفرد ينغمس في عالم افتراضي يبحر من خلاله إلى رغباته و ميولاته و هذا ما ادى تدريجيا إلى تغير مفهوم الأسرة و تغير الحس الاتصالي بين مختلف افرادها , حيث تعتبر العلاقات الاتصالية بين افراد الأسرة الواحدة اهم حلقة في العلاقات الاسرية لما لها من مميزات خاصة تلك المرتبطة بالتربية و التوجيه التي تحدد على اثرها انماط العلاقات الاسرية الاخرى و تتبلور مما يجعلنا نقول ان العلاقات الاتصالية الموجودة بين افراد الأسرة تمثل ارقى العلاقات داخل النظام الاجتماعي ككل لكن الملاحظ اليوم في المجتمع الجزائري عامة و الأسرة الجزائرية بصفة خاصة انها أصبحت تنجر وراء كل ما هو جديد كغيرها من اسر العالم مما من شانه تقريبها من العالم المتطور و مواكبة عصر العولمة و مع الاكتساح المبهر و السريع لموقع الفيسبوك الذي ادخل العديد من العادات و الظواهر الدخيلة على الأسرة مما أصبح يهدد كيانها اذ يعد اقوى بكثر من تكنولوجيات الماضي كالهاتف و التلفزيون و خصوصا و ان الفيسبوك

أصبح بالنسبة لمستخدميه من اولويات الحياة الامر الذي استدعى إلى دراسة تأثير استخدام الفيسبوك على الاتصال بين افراد الأسرة و مدى هذا التأثير و كيفية حدوثه و في اتجاه يسير

وحتى نقترب أكثر من دراسة هذا الموضوع ارتأينا طرح التساؤل المحوري التالي:

-كيف يؤثر موقع الفيسبوك على الاتصال الأسري؟

2-**التساؤلات**:

– ماهي عادات وانماط استخدام الفيسبوك لدى الأسرة الجزائرية؟

–ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الأسرة الجزائرية لموقع الفيسبوك؟

–هل يختلف استخدام الفيسبوك باختلاف المكانة الأسرية؟ وأي استخدام أكثر تأثيرا على الاتصال الاسري؟ هل هو استخدام الاباء ام الأبناء؟

–ما أثر استخدام الفيسبوك على العلاقات الاتصالية داخل الأسرة الجزائرية؟

3-**أسباب اختيار الموضوع**:

ان اختيار الباحث لموضوع الدراسة لا يكون بمحض الصدفة بل هو ناتج عن دوافع وأسباب جعلته يركز اهتمامه على ذلك دون غيره وهناك جانبان لاختيار هذا الموضوع هما:

ا-**أسباب موضوعية** :

–جدة الموضوع من حيث ان هذه الدراسات تتزامن مع التطور غير المسبوق لتكنولوجيا وسائل الإعلام الاتصال و غزوها لحياة الفرد , حيث أصبحت تحيط به من كل جهة .

–انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات في الجزائر سيما موقع الفيسبوك.

–قلة الابحاث العلمية والاكاديمية التي تهتم بمجال الاتصال داخل الأسرة رغم وجوب وجود مثل هذه الدراسات

–تزايد اهمية قضايا الاتصال الاسري ومواقع التواصل الاجتماعي اذ أصبحت من اهم النقاشات المطروحة على المستوى الوطني وكذا العالمي.

ب–أسباب ذاتية:

–الاهتمام الخاص بالأسر التي تمتلك شبكة الانترنت والذين يخصصون جزءا من وقتهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

–الاهتمام والميول الشخصي للموضوع النابع من تجربة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ولدت فضولا بحثيا لدراسة هذا الموضوع.

–الرغبة في اثراء البحوث العلمية اذ تعد هذه الدراسة من المواضيع الجديدة بالنظر إلى حداثة مواقع التواصل الاجتماعي عامة الفيسبوك خاصة ونقص الدراسات من هذا النوع.

–الرغبة في النزول إلى الميدان ومتابعة الموضوع مع مختلف الأسر التي تناولتها الدراسة دفعتنا للاهتمام بهذا الموضوع.

4– أهمية الدراسة:

–تتمثل أهمية هذه الدراسة في تناولها لشبكات التواصل الاجتماعي كإحدى التكنولوجيات الحديثة التي تزايد عدد مستخدميها في الآونة الاخيرة بشكل واضح و اتسع نطاقها و من اهمها موقع الفيسبوك كشبكة اتصال حديثة تربط مختلف الافراد من اماكن جغرافية متباعدة بنسج علاقات افتراضية تسمح لهم بالتواصل فيم بينهم و تبادل الاهتمامات و المعلومات و الافكار ضمن فضاء افتراضي .

–تتمثل اهمية هذه الدراسة ايضا في تطرقها للأسرة كأحد ابرز أبنية المجتمع باعتبار انها مؤسسة توكل إليها مهمة التنشئة الاجتماعية التي تعتمد على الاتصال كأحد المؤشرات الهامة لخلق التواصل والتعبير عن الحاجات والرغبات و حتى الانشغالات بطريقة مشتركة من اجل تفعيل الاتصال و المحافظة على العلاقات الأسرية .

5–أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالا واسعا تختلف أهدافه وتتعدد معطياته يهدف تبني اي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلازمه و ازالة الغموض عن بعض القضايا لذلك تهدف دراستنا إلى :

–معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال في حياة الأسرة الجزائرية .

–التعرف على اهم الخدمات التي يوفرها الفيسبوك للأسرة الجزائرية

–معرفة مدى تأثر الاتصال داخل الأسرة بسبب استخدام موقع الفيسبوك

–الوقوف على كيفيات و انماط استخدام موقع الفيسبوك من قبل كل من الاباء و الابناء

-التعرف على دوافع استخدام الأسر الجزائرية لموقع الفيسبوك و الإشباعات التي تسعى لتحقيقها .

6– الدراسات السابقة

ان البحث العلمي لا يستطيع السير قدما إلى الأمام الا اذا تعاون الباحثون مع بعضهم البعض و ذلك من اجل الكشف عن الوقائع ,فالاطلاع الباحث على معظم او مجمل الدراسات التي تناولها الموضوع او جانبا منه يعد امرا هاما في توسيع مجال المعرفة لديه او استعمال جانب لم تتناوله الدراسات قبلا ,و قد قمنا بالبحث عن مجمل الدراسات التي تناولت موضوع الفيسبوك و تأثيره على الاتصال الاسري في الجزائر .

الدراسة الأولى: بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره على العلاقات الاجتماعية دراسة لعينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر[1] .

تدور اشكالية هذه الدراسة حول التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال التي أحدثت عدة ثورات منها ثورة الجيل الثاني للأنترنت التي جاءت بما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي التي اتاحت بدرجة كبيرة امكانية التواصل بين الافراد و اتاحت خدمات متعددة الا انها على الرغم من هذه الايجابيات الا انها خلقت نوعا من العزلة الاجتماعية بين الافراد اذ توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج منها :

-تبين ان اغلب افراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك من 3 سنوات و يقضون اكثر من 3 ساعات في استخدامه .

-يتصدر قائمة الإشباعات التي يحققها موقع الفيسبوك لأفراد العينة ربط علاقات صداقة .

-لقد تبين من نتائج الدراسة ان 43.30% من افراد العينة لا يشعرون بشيء حال غيابهم عن الفيسبوك لفترة حيث يشعر 40%منهم بالفراغ و 11.69% بالقلق

-تسمح العلاقات عن طريق الفيسبوك بالتكلم بصراحة و جراءة في مختلف المواضيع اكثر من العلاقات وجها لوجه .

1- **مريم نريمان نومار** ,مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الإعلام و تكنولوجيا الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة ,جامعة الحاج لخضر ,باتنة لسنة 2012.

الدراسة الثانية: بعنوان دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية لمحمد خالد رفاعي[1] اذ تدور إشكالية هذه الدراسة حول تطورات الإعلام في الآونة الاخيرة ,هذه التطورات التي بدورها مست مختلف الفئات و القطاعات من بينها الأسرة فحاول الباحث الربط بين هذين المتغيرين من خلال طرح التساؤل الرئيسي.

-ما دور الإلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية ؟

و قد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج كانت كالاتي :

-تتغير الآراء و القيم و الاتجاهات الثقافية و المعرفية و الاجتماعية بحسب المعلومات التي تصل إلى الأسرة .

-تساعد وسائل الإعلام و الاتصال الأسرة في توجيه افرادها نحو الاحكام الصائبة شريطة سيادة المناخ الحواري .

-عندما اندمجت وسائل الإعلام اخذت تمارس دورا جديدا في تشكيل آراء المتلقين و اتجاهاتهم و قيمهم بوسائل جديدة و في مستويات متعددة .

-الأسرة لا تستطيع ان توقف سيل القيم المتدفق عبر وسائل الإعلام و الاتصال لكنها تستطيع ان توجهه الوجهة السليمة في حال وجود الشفافية و سيادتها في الحوار بين افرادها .

الدراسة الثالثة: بعنوان **تأثير الانترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة و الأصدقاء** دراسة ميدانية **على طلبة كلية عجلون الجامعية**[2] .

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التطورات التكنولوجية التي ارتبطت ارتباطا مباشرا بظهور الانترنت هاته الأخيرة التي اثرت فيها جميع المجالات بما فيها المجال الاجتماعي المكون بالأساس من العلاقات بين افراد المجتمع الواحد بصفة عامة و الأسرة بصفة خاصة من خلال طرح تساؤل رئيسي :

ما مدى تأثير الانترنت على نمط الاتصال الشخصي بالأسرة والأصدقاء؟

---

[1]**محمد خليل الرفاعي** ، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الاسرة العربية , رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال ,جامعة دمشق لسنة 2011.

[2]ابراهيم احمد ابو عرقوب، **تأثير الانترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة و الأصدقاء** ,مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير في علوم الإعلام و الاتصال ,كلية عجلون الجامعية ,لسنة 2012.

و قد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي من اجل الوصول إلى استنتاجات تساهم في تحسين الواقع و تطويره معتمدا في ذلك على عينة قصدية مكونة من 308 طالب من اصل 1500 و للوصول لهذه العينة اعتمد الباحثان على مجموعة من ادوات جمع البيانات كالملاحظة و الاستبيان و قد توصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج

-وجود علاقة ذات احصائية بين استخدام الانترنت من جهة وعدد ساعات استخدامه من جهة أخرى.

-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير استخدام الانترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة والأصدقاء

-تؤثر الانترنت على سلوك الطلبة في كلية عجلون الجامعية من خلال تقليل فرص الاتصال بالأسرة والأصدقاء.

7- فرضيات الدراسة :

تعتبر صياغة الفرضيات من الخطوات الأساسية للبحث العلمي فهي عبارة عن افتراض يتم صياغته بطريقة تجعله قابلا للاختبار و يمكننا التنبؤ بوجود علاقات خاصة بين متغيرين أو أكثر و الاجابة عن تساؤلات الدراسة تم صياغة عدة فرضيات كالتالي:

الفرضية العامة:

- يؤثر الفيسبوك تأثيرا سلبيا على الانماط الاتصالية داخل الأسرة

الفرضيات الفرعية:

-تختلف طرق استخدام الفيسبوك لدى الأسرة الجزائرية من مستخدم لآخر .

-يلجا افراد الأسرة الجزائرية إلى الفيسبوك نتيجة لغياب الحوار الاسري

-يؤدي الادمان على الفيسبوك إلى خلق العديد من المشكلات الاسرية

8 تحديد مفاهيم الدراسة

***مواقع التواصل الاجتماعي**

مواقع التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم الويب 2.0 تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات

اهتمام أو شبكات انتماء (بلد ,جامعة، مدرسة، شركة)كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل او الاطلاع على الملفات الشخصية للأخرين و معرفة اخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.[1]

-كما تعرف أيضا بأنها صفحات الويب التي يمكن ان تسهل التفاعل النشط بين الاعضاء المشتركين في الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت و تهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام , و التي من شانها ان تساعد على التفاعل بين الاعضاء بعضهم البعض و يمكن ان تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية ,الدردشة ,تبادل الملفات ,مجموعات النقاش ,البريد الالكتروني .)[2]

اجرائيا: مواقع التواصل الاجتماعي هي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم و يتبادلون فيه الاهتمام ، يقوم الافراد خلال هذه المواقع بنشر عدد من المواضيع و الصور و الفيديوهات و غيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات و يملكون روابط مشتركة .

الفيسبوك

الفيسبوك Facebook بالإنجليزية موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا تديره شركة فيس بوك , و يتيح للمستخدمين خدمات عديدة منها الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم لبناء صداقات[3]

الفيسبوك موقع على الانترنت يتيح لك التعارف و الارتباط بالأصدقاء من كلا الجنسين و عمل مجموعات او مشاركة مجموعات موجودة على الموقع مع إمكانية مشاهدة صور المشتركين[4]

إجرائيا : الفيس بوك من موقع لشبكة اجتماعية على شبكة الانترنت تتيح للمستخدمين انشاء قاعدة لملامحهم الشخصية و شبكات اتصال مشتركة و عقد علاقات صداقة مع مستخدمين اخرين ,و الكتابة على جدران

---

[1] -وائل مبارك حضر فضل الله، **أثر الفيسبوك على المجتمع** ,ط1 ,مدونة شمس النهضة ,مضر ,2010,ص06

2-ماهر عودة الشمايلة و آخرون ، **الإعلام الرقمي الجديد** ,ط1,دار الاعصار للنشر و التوزيع ,الاردن,2015,ص200

[3] خالد غسان ,ثورة الشبكات الاجتماعية ,ط1,در النفائس لنشر و التوزيع ,عمان ,2010,ص206

[4] خالد غسان ,المرجع السابق ,ص 35

اصدقائهم و انشاء مجموعات و الانتساب إليها و نشر الاحداث و التسجيل كمعجبين و محبين لأي شيء يمكن تصوره ,ضمن قائمة طويلة لإمكانيات اخرى . **الاتصال الاسري**

هو التفاعل بين افراد الأسرة الواحدة عن طريق المناقشة والحديث عن كل ما يتعلق بشؤون الأسرة من اهداف و مقومات و عقبات ,و يتم وضع حلول لها ,و ذلك بتبادل الافكار و الآراء الجماعية حول محاور عدة مما يؤدي إلى خلق الالفة و التواصل[1].

–الاتصال الاسري هو الاتصال الذي يكون بين طرفين (الزوجين) أو عدة اطراف (الوالدين الابناء) والذي يتخذ عدة اشكال تواصلية كالحوار و التشاور التفاهم و الاقناع و الاتفاق و التعاون و التوجيه و المساعدة[2]

إجرائيا

هو عملية اتصالية تفاعلية تتم بين الاباء والأبناء بهدف خلق جو من التفاعل يدعو جميع افراد الأسرة إلى التعايش سويا في هدوء واستقرار نفسي وعاطفي.

ثانيا الاجراءات المنهجية للدراسة:

1–مجتمع البحث وعينة الدراسة

مما لا شك فيه ان لكل بحث علمي مجتمع تدور حوله الدراسة ,الا انه عادة ما يواجه الباحثين مشكلة الاعداد الكبيرة لمجتمع البحث محل الدراسة مما يجعل دراسة هذا المجتمع امر صعب للغاية ,و ذلك لما يترتب عليه من جهد مضاف ووقت اطول إلى جانب صعوبة جمع البيانات من كل افراد مجتمع البحث ,كلها اسباب تدفع الباحث إلى دراسة عدد صغير من الناس يمثلون المجتمع الكلي افضل تمثيل يطلق على هذا العدد صغير من الناس مصطلح عينة الدراسة .

و عليه يشمل مجتمع البحث في دراستنا الاسر الجزائرية التي تستخدم الفيسبوك اذ ارتأينا ان نضع عدة شروط التي تدخل في حيز هذه الدراسة و التي لا تدخل و عليه الشروط هي :

---

[1]– ودون بوريكو ,المعجم النقدي لعلم الاجتماع ,ترجمة سليم حداد ,ديوان المطبوعات الجامعية ,الجزائر ,1995,ص66

[2] حامد عبد السلام زهران ، علم النفس الاجتماعي ,د.ط,دار الكتب للنشر و التوزيع ,عمان ,1995,ص 112

-افراد الأسرة المستهدفة هم الاب و الام و الابناء

-يجب ان يكون افراد الأسرة يعيشون تحت سقف اسري واحد و بصفة قارة .

و بعد تحديد مجتمع الدراسة تحديدا جيدا ,قمنا بتحديد عينة الدراسة باستخدام العينة المتعددة المراحل ,و هي التي يتم اختيار مفرداتها على اكثر من مرحلة فيتم اختيار وحدات العينة من المجموع الكلي لوحدات المجتمع على ان يقسم المجتمع الكلي اولا إلى مجموعة من الوحدات ,و هي وحدات ابتدائية نختار منها عينة و هذه هي المرحلة الاولى ,ثم يعاد تقسيم الوحدات الابتدائية في العينة إلى وحدات ثانوية نختار منها عينة جديدة ,و هذه هي المرحلة الثانية و هكذا ...و من هذا المنطلق تم اختيار عينة الدراسة على عدة مراحل نذكرها في الاتي :

-اختيار الاسر المقيمة بمدينة ام البواقي من بين الاسر الجزائرية و ذلك راجع إلى :

*صعوبة الوصول إلى كل الاسر التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر ,ككل لذا حصرنا عينة الدراسة في الاسر التي تستخدم الفيسبوك بمدينة ام البواقي .

*اقامة الباحث بهذه المدينة مما يسهل عملية جمع البيانات و المعلومات من مفردات الدراسة .

-اختيار دائرة ام البواقي بطريقة قصدية من مجموع الدوائر المكونة لولاية ام البواقي و التي تقدر ب 12 دائرة

-اختيار بلدية من بلديات ام البواقي فوقع الاختيار عشوائيا على بلدية ام البواقي التي قدر عدد سكانها ب 80359ساكن و التي كانت محل دراستنا .

-بعد اختيار بلدية ام البواقي تم تقسيمها إلى مجموعة من الشوارع و الاحياء المكونة لهذه البلدية

-ثم قمنا بعد ذلك بأخذ نسبة 1%من المجتمع المتاح كعينة للبحث و هو ما يمثل 100 مفردة .

2-منهج الدراسة :

بما ان دراستنا تتمحور حول استخدام الفيسبوك و تأثيره على الاتصال داخل الأسرة فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تركز على وصف طبيعة و سمات و خصائص مجتمع معين ,او موقع معين او جماعة او فرد معين ,و تكرارات حدوث الظواهر المختلفة.

ووعيا منا بان اختيار نوع المنهج اي دراسة يخضع لعدة ضوابط و التزامات انطلاقا من الفرضيات و الاهداف ,تم اختيار المنهج المسحي لاعتبارات طبيعة الدراسة و متطلباتها, حيث يعتبر المنهج المسحي من اكثر المناهج المستخدمة خاصة في دراسة الواقع الاجتماعي .

3–ادوات جمع البيانات

من الخطوات الاساسية لا جراء اي بحث يستهدف الاستطلاع و يجب ان يكون الاختيار مبنيا على عدة اعتبارات و التي من بينها طبيعة الدراسة و الاهداف التي ترمى لتحقيقها و قد تم الاعتماد في دراستنا هذه على مجموعة من الادوات منها :

الملاحظة : اعتمدنا في دراستنا على الملاحظة العلمية في مختلف مراحل انجازها سواء في اختيار الموضوع و ذلك من خلال ملاحظة الاقبال المتزايد لدى مختلف افراد الأسرة الواحدة لمواقع التواصل الاجتماعي مما دفعنا لدراسة العلاقات الاتصالية داخل الأسرة الجزائرية عن قرب و الاحتكاك بأفراد مجتمع البحث لتحصيل اكبر قدر من المعلومات.

الاستبيان : تم اختيارنا لأداة الاستبيان انطلاقا من عدة اسباب نوجزها في الاتي :

–ملائمة اداة الاستبيان لنوع الدراسة و طبيعة المنهج المعتمد
–ملائمة اداة الاستبيان لأهداف الدراسة و متطلباتها
–جمع اكبر قدر من الحقائق المتعلقة بموضوع الدراسة في جانبها الميداني
–طبيعة الاداة التي تمكننا من الوصول إلى اكبر قدر ممكن من افراد مجتمع البحث كما انها توفر الجهد و الوقت اذا ما قورنت بوسائل اخرى .
اذ تم تقسيم استبيان إلى مجوعة من المحاور و هي :

المحور الاول عادات و انماط استخدام الفيسبوك لدى الأسرة الجزائرية

المحور الثاني الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام الأسرة الجزائرية للفيسبوك

المحور الثالث تأثير الفيسبوك على الاتصال الاسري

ثالثا الاطار الميداني للدراسة

جدول رقم 01 توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	%
ذكر	52	%52
انثى	48	%48
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 01 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس ,يتضح لنا ان نسبة الذكور فاقت نسبة الاناث حيث جاءت بمعدل 52% من مجموع افراد العينة في حين بلغت نسبة الاناث 48%.

جدول رقم 02توزيع افراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	%
من 15إلى 25 سنة	44	%44
من 25 إلى 35 سنة	18	%18
35 سنة فما اكثر	38	%38
المجموع	100	%100

يوضح الجدول رقم 02 توزيع افراد العينة حسب متغير السن حيث نجد ان النسبة الاكبر من عينة الدراسة تقع في الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة بنسبة قدرت ب 44%تليها الفئة العمرية 35 سنة فما فوق بنسبة 38%و في الاخير نجد نسبة 18% للفئة العمرية من 25 إلى 35 سنة .

جدول رقم 03توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	%
دون مستوى	8	%8

مستوى ابتدائي	**10**	**%10**
مستوى متوسط	**22**	**%22**
مستوى ثانوي	**25**	**%25**
مستوى جامعي	**35**	**%35**
المجموع	**100**	**%100**

يوضح الجدول رقم 03 توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي حيث نجد ان الفئة الاكثر استخداما للفيسبوك هي من المستوى الجامعي و ذلك بنسبة 35%تليها في المرتبة الثانية المستوى الثانوي بنسبة 25% فيما قدرت نسبة المستوى المتوسط ب نسبة 22%في المرتبة الثالثة ,اما في المرتبة الرابعة فقد قدرت ب 10% لأصحاب المستوى الابتدائي و في الاخير نجد نسبة 8% لأصحاب دون مستوى. .

جدول رقم 04 يبين توزيع افراد العينة حسب متغير المكانة الاسرية

المكانة الاسرية	**التكرار**	**%**
اب	**25**	**%25**
ام	**20**	**%20**
ابن	**33**	**%33**
ابنة	**22**	**%22**
المجموع	**100**	**%100**

يوضح الجدول رقم 04 توزيع افراد العينة حسب متغير المكانة الاسرية حيث نجد ان اكبر نسبة قدرت ب 33% للأبناء تليها نسبة 25% للآباء فيما قدرت نسبة 22% للبنات ,و في الاخير نجد نسبة 20% للأمهات .

جدول 05 يبين مدى استخدام افراد العينة للفيسبوك

استخدام الفيسبوك	التكرار	%
دائما	43	%43
احيانا	35	%35
نادرا	22	%22
المجموع	100	%100

يوضح الجدول رقم 05 كيفية استخدام الفيسبوك من قبل افراد العينة ,حيث نجد ان اكبر نسبة قدرت ب 43%من طرف الافراد الذين يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة ,تليها نسبة 35%ممن يستخدمون الفيسبوك احيانا ,و في الاخير نجد ان نسبة 22%من افراد العينة يستخدمون الفيسبوك بصفة نادرة .

فمن خلال النتائج المبينة في الجدول يتضح ان نسبة كبيرة من المستخدمين يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة و قد يكون هذا راجع إلى التعلق الكبير بالموقع و الادمان عليه، يعني ذلك ان المستخدم مهوسا بما يكتب على الجدار و قراءة التعليقات و متابعاتها و الدردشة مع الأصدقاء و مشاركة ما يتم نشره كل هذه الاسباب جعلت منه يفتح حسابه بصفة دائمة و اكثر من مرة في اليوم ,على عكس البعض الاخر يفتح حسابه احيانا او بصفة نادرة و قد يكون هذا راجع إلى الانشغال بأمور اخرى سواء كانت مرتبطة بالدراسة او العمل .

جدول 06 يبين سنوات استخدام أفراد العينة للفيسبوك

استخدام الفيسبوك	التكرار	%
منذ اقل من سنة	34	%34
من سنة على ثلاث سنوات	45	%45
اكثر من ثلاث سنوات	21	%21

المجموع	100	%100

يتضح من خلال الجدول اعلاه ان كل المبحوثين يستخدمون الفيسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات ,حيث قدرت نسبة 45%فحين يستخدمها مبحوثين اخرين منذ اقل من سنة ,حيث قدرت بنسبة 34%اما الذين يستخدمونها منذ اكثر من ثلاث سنوات فتقدر نسبتهم ب 21%.

فمن خلال هذا الجدول يمكن القول ان غالبية المبحوثين بدأوا في التعامل مع الفيسبوك الا من سنة إلى ثلاث سنوات فقط ,و قد يكون هذا راجع لعدة اسباب :

-حداثة هذه الوسيلة مقارنة بالوسائل الاخرى

-تأخر انتشار الانترنت في المجتمع الجزائري بصفة عامة رغم الانتشار الواسع لها على المستوى العالمي ,و العربي .

جدول رقم 07 يبين مدى اهتمام افراد العينة بالمواضيع التي تهتم بالأسرة على الفيسبوك

	التكرار	%
نعم	47	%47
لا	59	%59
المجموع	100	%100

يوضح الجدول رقم 07 مدى اهتمام افراد العينة بالمواضيع التي تهتم بالأسرة على الفيسبوك حيث يتضح من الجدول ان نسبة كبيرة من المبحوثين لا تستهويهم المواضيع التي تتناول الأسرة وذلك بنسبة 59%فحين ان نسبة 47%تستهويهم مثل هذا النوع من المواضيع.

حيث تدل نسبة الاجابة نعم على اهتمام المبحوثين بالمواضيع التي تتناول الأسرة ومدى الوعي الذي بات يحظى به الافراد حيال قضايا الأسرة على عكس بعض المبحوثين الذين لا تستهويهم مثل هذه المواضيع على موقع الفيسبوك على عكس بعض المبحوثين الذين لا تستهويهم مثل ذه المواضيع على موقع الفيسبوك.

جدول رقم 08 يبين مشاركة افراد العينة لمواضيع تتعلق بالأسرة على الفيسبوك

	التكرار	%
نعم	37	%37
لا	63	%63
المجموع	100	%100

يوضح الجدول رقم 08مشاركة افراد العينة لمواضيع تتعلق بالأسرة على الفيسبوك حيث نلاحظ ان 63%من المبحوثين يقومون بمشاركة مواضيع تتناول الأسرة وهو ما يمكن ارجاعه لقلة الوعي بأهمية الأسرة من جهة وجدة موقع الفيسبوك بالنسبة للمستخدمين من جهة اخرى اذ لايزال الكثير منهم يستخدم هذا الموقع لمجرد الدردشة والتواصل مع الأصدقاء او بغية التسلية والترفيه في مقابل 37%يقومون بمشاركة مواضيع تتناول الأسرة وذلك للاستفادة منها وإفادة الأصدقاء بها.

جدول رقم 09 يبين مدى اقبال افراد العينة على المجموعات المهتمة بالأسرة و قضاياها عبر موقع الفيسبوك

	التكرار	%
نعم	21	%21
لا	79	%79
المجموع	100	%100

يوضح الجدول رقم 09 يبين مدى اقبال افراد العينة على المجموعات المهتمة بالأسرة وقضاياها عبر موقع الفيسبوك يتضح ان نسبة قليلة فقط من المبحوثين منخرطين ضمن مجموعات مهتمة بالأسرة عبر موقع الفيسبوك وذلك بنسبة ضعيفة قدرت ب 21%فحين ان نسبة 79%من المبحوثين ليسوا منضمين في اي مجموعة مهتمة بالأسرة عبر هذا الموقع ويمكن ارجاع ذلك لعدم معرفتهم بوجود مجموعات ناشطة عبر الفيسبوك تهتم بالأسرة وقضاياها وتقدم نصائح وإرشادات في المجال الاسري او قد يكون الامر راجع لعدم اهتمامهم بهذا النوع من المجموعات.

جدول رقم 10 يبين راي افراد العينة في امكانية تعويض التواصل الاسري بالتواصل عبر الفيسبوك

	التكرار	%
نعم	**55**	**%55**
لا	**45**	**%45**
المجموع	**100**	**%100**

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان 55%من افراد العينة يرون انه بالإمكان تعويض التواصل الاسري بالتواصل عبر الفيسبوك بمقابل نسبة 45%يرون ان التواصل الاسري لا يمكن تعويضه بالتواصل عبر الفيسبوك.

فمن خلال نتائج الجدول يتضح بان مستخدمي الفيسبوك بدأوا ينسحبون تدريجيا من محيطهم الأسري إلى العالم الافتراضي و ذلك من خلال الوقت الكبير الذي يقضونه مع هذه الوسيلة مقارنة بالوقت الذي يقضونه مع افراد اسرتهم فظهرت بذلك أساليب جديدة للتواصل و بعض المصطلحات الفيسبوكية التي بدأة تسيطر على الاتصال المواجهي لتستبدله بالتواصل الافتراضي الامر الذي من شانه ان يساهم في خلق مشاعر الكترونية لتقضي على المشاعر الاسرية و تحل محل حميمية العلاقات الأسرية .

رابعا نتائج الدراسة :

–توصلت الدراسة إلى ان اغلب افراد العينة يستخدمون الفيسبوك دائما بنسبة41%,و لمدة تتراوح بين سنة إلى ثلاث سنوات بينما يقضي 44 %منهم اكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع و هذا ما يوضح مدى ادمان الفرد على الفيسبوك و التعلق به فأصبح لا يستطيع الاستغناء عنه.

–لقد تبين من اجابات المبحوثين ان اغلبهم يستخدمون الفيسبوك بدافع التخلص من الروتين داخل الأسرة بنسبة 32%إلى جانب متابعة الأخبار على جدار صفحة الأصدقاء بنسبة 14%ثم الدردشة مع الأصدقاء و الاقارب و الاستفادة من البحوث و المقالات المنشورة عن الأسرة بنسبة 14%

–كشفت النتائج ايضا ان الاباء هم اكثر اقبالا على المجموعات المهتمة بالأسرة عبر موقع الفيسبوك بنسبة 35%اما الابناء فقدرت نسبة اقبالهم ب 28%

-كشفت نتائج الدراسة ان 37%من أفراد العينة قلل الفيسبوك من التزامهم تجاه افراد اسرتهم مقابل 33%يوافقون على ذلك .كما بينت النتائج ايضا ان 42%من المبحوثين يشعرون انهم لوحدهم في هذا العالم و قت استخدامهم للفيسبوك فيما يرى 37%منهم عكس ذلك .

-توصلت الدراسة أيضا إلى ان 51%من المبحوثين يوافقون ان الفيسبوك اتاح لهم متسع من الحرية في الحديث عن مواضيع لا يتم مناقشتها داخل الأسرة فحين ان 22%يعارضون ذلك .بينما يوافق 41%من افراد العينة ان زيارتهم لأقاربهم بدأت تتراجع عما كانت عليه في السابق بسبب انشغالهم بالفسبوك مقابل 25%الذين يعارضون ذلك .

-كما توصلت الدراسة إلى ان اغلب المبحوثين يساعدهم الفيسبوك في الهروب من المشاكل داخل الأسرة بنسبة 28%يليها التواصل مع العائلة و الأصدقاء و المجتمع بنسبة 26%فيما قدرت نسبة الذين يساعدهم الفيسبوك في البحث عن اصدقاء جدد ب 20%

-توصلت الدراسة إلى اختلاف فترات استخدام الفيسبوك لدى كل من الاباء و الابناء فالآباء يستخدمونه في الفترات المسائية اكثر و منهم من يستخدموه في الفترات الصباحية عكس الابناء الذين يفضلون الفترات الليلية .

-خلصت الدراسة إلى ان 40%من افراد العينة يوافقون على ان غياب فرص الحوار و النقاش داخل الأسرة دفعهم إلى الهروب للفيسبوك و في ذات السياق عبر 51%منهم على ان ادمانهم و تعلقهم بموقع الفيسبوك ادى إلى خلق مشاكل وصلت حد المقاطعات بينه و بين افراد اسرته فيما عارض 22%منهم ذلك .

خاتمة :

من خلال دراستنا لموضوع تأثير الفيسبوك على الاتصال الاسري في الجزائر يمكن القول ان ما جاء به موقع الفيسبوك قد احدث تغيرات عميقة في بنية العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية ,فأمام تزايد حجم ساعات استخدام هذا الموقع بشكل كبير تزايدت معه مخاطرة فأصبح بذلك الفرد منا يعيش عزلة داخل الأسرة الواحدة على الرغم من اجتماعهم داخل منزل واحد ,حيث أصبح الغالبية الكبرى من الافراد يفضلون استخدامه بشكل منفرد بعيدا عن اعين الأسرة و هناك من يقضي منهم ساعات طويلة امام الانترنت بعيدا عن افراد اسرته فلم يعد بذلك يعنيه معنى الحوار و التواصل الاسري ,و النشاطات العائلية مما أصبحنا نعيش اليوم حالة من العزلة ,و الاغتراب ,و الانطواء ,فأصبح بذلك الفرد غير قادر على التفكير و التخطيط و انما أصبح هدفه مرتبط بالعالم الافتراضي و خيالي صوره له الفيسبوك في خياله وولد نوعا من الانعزال عن المجتمع و عن الأسرة ,و الابتعاد عن قيمها و مبادئها للانغماس

ضمن مغريات فضاء افتراضي اساسه اتصال افتراضي ,و اشخاص افتراضين البعض منهم معروف بذاته و البعض الاخر مجهول لتكوين علاقات تعادل في حميميتها تلك العلاقات الواقعية هدفها ان تحل محلها و تستبدل بذلك الاتصال المواجهي بكل انواعه باتصال الكتروني اساسه افتراضات تهدف إلى تكوين هويات افتراضية لتأثر بشكل كبير في بنية العلاقات الاجتماعية السائدة المعروفة بالتماسك فانتشرت بذلك أساليب تواصل جديدة تتخللها مصطلحات فيسبوكية أصبح الكبير و الصغير يستخدمها اثناء تواصله مع معارفه وجها لوجه و هو ما خلق نوعا من السيطرة من قبل هذه الوسيلة على مستخدميها ,الامر الذي انعكس سلبا على علاقات الفرد مع الاخرين لان ما يسعى الفيسبوك على ترسيخه من قيم تختلف عن تلك التي تعمل الأسرة على ترسيخها .

–قائمة المصادر و المراجع :

1ابراهيم أحمد ابو عرقوب، تأثير الأنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة و الأصدقاء ,مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الإعلام و الاتصال ,كلية عجلون الجامعية ,لسنة 2012.

بودون بوريكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع ,ترجمة سليم حداد، ديوان المطبوعات الجامعية ,الجزائر ,21995

3حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، د.ط، دار الكتب للنشر و التوزيع، عمان ,1995

-3 خالد غسان ,ثورة الشبكات الاجتماعية ,ط1,در النفائس لنشر و التوزيع ,عمان ,2010

ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الاعصار للنشر والتوزيع، الاردن,2015 5

6- محمد خليل الرفاعي دراسة بعنوان دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية , رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال ,جامعة دمشق لسنة 2011

7- مريم نريمان نومار، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة, جامعة الحاج لخضر, باتنة لسنة 2012

8-وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، مصر ,2010

مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك السياحي لدى الشباب: دراسة تقييمية

Social networking sites and their relationship to the behavior of tourism among youth : Evaluation Study

د/ سعد بلمداني*

ملخص:

تبحث هذه الدراسة في العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك السياحي لدى الشباب، حيث يتطرق الباحث إلى التعريف بأهم مواقع التواصل الاجتماعي الشائعة والأكثر استخداما من قبل الشباب، وذلك من حيث حتمية استخدامها من طرف الشباب من جهة، ومن جهة أخرى باعتبارها فضاء للتشاركية والتفاعلية و اتاحتها خاصية الحضور الدائم غير المادي إضافة إلى الوضوح الهوياتي بهاته المواقع.كما تعرض الدراسة أيضا علاقة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي في إطار أنها تعد نافذة للترويج وتشجيع السلوك السياحي باعتبار السياحة استثمار يدر على اقتصاد الدولة بالعوائد المادية التي تعمل على رفع الاقتصاديات الدولية.

الكلمات المفتاحية : مواقع التواصل الاجتماعي ، السياحة ، الشباب

Abstract:

This study examines the relationship between social networking sites and tourism behavior among young people, where the researcher addresses the definition of the most common social networking sites and most used by the youth. In terms of the inevitability of their use by the youth that from one side, And on the other side as a space for sharing and interactivity and made available the presence of permanent non-physical addition to the clarity of identities in terms of sites. The study also shows the youth's relationship with the social networking sites as part of the promotion of tourist behavior and as an investment that helps the economy of the countries with the material revenues that are working to raise international economies.

Key- words: social networking, Tourism, Youth

مقدمة:

* أستاذ مساعد في الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سعيدة : الجزائر

عرفت السياحة كظاهرة إنسانية تطورات متسارعة ارتبطت بالتطورات العلمية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والتكنولوجية، حيث زادت أهميتها في حياة الفرد الحالي، وأصبحت صناعة قائمة بحد ذاتها ، فاعتمدت عليها اقتصاديات العديد من الدول ،خاصة في ظل التحولات الجذرية التي شهده الاقتصاد العالمي ،وتماشيا مع التطورات التكنولوجية الخاصة وتداخلها في جميع مناحي حياة الفرد ،الأمر الذي أعطى للتكنولوجيا قوة ومكانة كبيرة في قيادة الاقتصاد العالمي على اختلاف قطاعاته .

وبالتركيز على الانترنت وتطبيقاتها وعلى أثرها الكبير على الشباب اليوم ، وعلى قدرتها في اقتحام مجالات الأنشطة الاقتصادية كالترويج والتسويق والبيع ،خاصة وان البحث عن أفضل أنواع المنتجات والخدمات والأسعار التنافسية التي حققت للفرد حاجياته ورغباته تتم عن طريق شبكة الانترنت .

ونظرا لسمات مواقع التواصل الاجتماعي اتسمت بالسرعة والانتشار والتأثيرات الممتدة من الرسالة إلى الوسيلة إلى الجماهير ، داخل المجتمع الواحد أوبين المجتمعات، و في ظل التطورات التي يشهدها قطاع السياحة باعتباره من اهم القطاعات الاقتصادية وأكثرها تأثرا بالمنافسة نتيجة التحديات الكبرى والتطورات الهائلة في مجال صناعة السياحة ، حتم على هذا القطاع المواكبة لضمان استمرارية . مما سمح بظهور مفهوم جديد " السياحة الالكترونية " الذي أعطت له الدول المهتمة بصناعة السياحة مكانة كبيرة في انتاج الخدمات والمنتوجات السياحية والترويج لها وتسويقها وتصريفها ،والاستفادة من الفرص الكبيرة التي توفرها السياحة الالكترونية بزيادة معدل النمو الاقتصادي ،ومساهمتها في زيادة حركة التجارة الخارجية . فالسياحة الالكترونية تضمن للمستثمرين الإقبال المتزايد والدائم للزوار باعتبارهم زبائن محتملين والحفاظ على الزبائن الدائمين، من خلال التأثير فيهم بتحريك دوافعهم وفهم حاجياتهم .

1– مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي:

لغة: في التعريف اللغوي سنحاول تجزئة المفهوم المركب:

– **ش .ب.ك** : الشبك الخلط والتداخل ومنه تشبيك الأصابع والشباكة واحدة الشبابيك المشبكة من الحديد والشبكة التي يصاد بها وجمعها شبك واشتبك الظلام اختلط .(ابن منظور،د.ت: 275)

– **التواصل** : تواصل الشخصان اجتمعا واتفقا . (ابن منظور،د.ت: 341)

– **اجتماعي** : ج .م.ع منسوب إلى الاجتماع ، هو اجتماعي بطبعه : له نظرة تميل إلى معاشرة الناس في المجتمع والاختلاط بهم.(ابن منظور،د.ت: 206)

وفي اللغة الانجليزية social media تعني الترجمة الحرفية الوسائط الاجتماعية ، لكن ليست الكلمة الدقيقة لوصف عملية التفاعل ، ونجد كذلك مصطلح آخر social net working أي الترابط الشبكي ، لكن يعتبر تعبير التواصل الاجتماعي هو الأدق.

ب. **اصطلاحا** : يشير مصطلح اجتماعي إلى احدى الحالات الغريزية التي لاغنى للناس عنها في بناء حياتهم فطبيعة الحياة البشرية تقتضي تواصل الناس مع بعضهم البعض.(Castells, and Custavocardoso,2005 :08)

والإنسان كائن اجتماعي مثلما عرفه الكثير من الفلاسفة، فهو لا يعيش إلا في الجماعة بخلاف الكثير من الحيوانات التي قد تعيش بمفردها لذلك فإن أي فكرة أو أي اختراع جديد، يتسم بالتفاعل لابد أن يجد مكانه بين الناس أو فئات من الناس وهذا ما حققته فكرة شبكات التواصل الاجتماعي.

والشبكات الاجتماعية عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع الترابط التي تشمل القيم والرؤى ، والأفكار المشتركة ، والاتصال الاجتماعي ، والقرابة، والصراع، والتبادلات المالية والتجارية ، والعضوية المشتركة في هذه المنظمات والمجموعات المشاركة في حدث معين وجوانب أخرى عديدة في علاقات الانسان.

وعرفها الضراب بانها :" مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...) (ريان، 2013: 12) ، وقد عرف **سافكو** شبكات التواصل الاجتماعي بأنها :" الوسائط التي نستخدمها لنكون اجتماعيين"[1](ريان، 2013: 12)

ويرى الشهري بأنها :" منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة

او الثانوية"(الشهري، 2012: 15) ، كما يعرفها **بويد أنديليسيون** بأنها : " خدمات تعتمد على الانترنت وتسمح للأفراد بما يلي: (Nlichtand, and Isiegel,2006 : P.22-23)

- بناء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن إطار محدد.
- تظهر لائحة المستخدمين الذين يشاركون مع بعضهم.
- عرض قائمة الاتصال وما قام به الآخرون داخل نفس النظام.

2- شبكات التواصل الاجتماعي وحتمية الاستخدام:

الشبكة الاجتماعية الرقمية هي مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية وتعتمد دراسة الشبكات الاجتماعية على نظرية الشبكات مستخدمة المنحنيات*، والتحليل السوسيولوجي هو مجال دراسة الشبكات الاجتماعية وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقة الصداقة ، كما تطلق على الشبكات الاجتماعية* الرقمية عدة تسميات منها الويب **2.0** ، الشبكات الرقمية الاجتماعية ، الشبكات الاجتماعية ، وسائل الإعلام الاجتماعية ، مواقع الشبكات الاجتماعية. فالشبكة الاجتماعية هي بنية اجتماعية ديناميكية مشكلة من قمم وأطراف ، فالقمم تشير إلى أشخاص أو منظمات ، وهي مرتبطة ببعضها البعض بتفاعلات اجتماعية. (مرسي، 2011: 150)

عند الحديث عن الشبكات الاجتماعية نجدها نتيجة تكاثف جانبين : من جهة الجانب الاجتماعي والمجتمعي والجانب الآخر هو الجانب التكنولوجي والانترنت ، فمن وجهة نظر اجتماعية حسب واز رمان وفروست الشبكة الاجتماعية هي مجموع العلاقات بين الكيانات الاجتماعية (أفراد) ، ويمكن أن يقتصر الاتصال بين هؤلاء الأفراد على علاقات تعاونية ، صداقة ، استشهادات بيبلوغرافية ، وتكون هذه المصادر رسمية وغير رسمية ، ملموسة وغير

* – نظرية الشبكات هو مجال من علوم الشبكات ، وجزء من نظرية الرسوم البيانية ، لها تطبيقات في العديد من التخصصات ، وتهتم نظرية الشبكة بدراسة الرسوم البيانية كتمثيل للعلاقات المتماثلة ، أو بشكل أعم للعلاقات غير المتكافة بين كانات منفصلة . وتشمل تطبيقات نظرية الشبكة شبكات الدعم اللوجستي ،شبكة الويب العالمية،شبكة تنظيم الجينات،وشبكات الأيضية،والشبكات الاجتماعية ،والشبكات المعرفية ، بالإضافة إلى العديد من التطبيقات الأخرى.

* – يرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع جون بارنز في 1954.

ملموسة. (Wasserman, and Faust,2004, P.20) ، ومن أجل تحليل الشبكات الاجتماعية يرى **فروست و وارزمان** ضرورة التركيز على ثلاثة مفاهيم أساسية: (Wasserman, and Faust,2004, P.22)

- الفواعل وأفعالهم ككيانات مستقلة.
- بيئة توفر فرصا للاعبين وتمارس ضغوطا على أفعالهم الفردية.
- الهياكل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي لها تأثير في طبيعة العلاقات بين اللاعبين.

وبهذا يكون لدينا كل المفاهيم السوسيولوجية لتعريف الشبكة الاجتماعية: الأشخاص ، والعلاقات الخاصة بهم (اتصالات) ، أوجه التقارب بينهم والبيئة المحيطة بهم .

أما من وجهة نظر تكنولوجية فالشبكة تشمل مجموع المعدات الموصولة مع بعضها البعض ، التي تستعمل من أجل نقل كم متدفق من المعلومات ، فيوجد شبكات الكومبيوتر التي نجدها في المؤسسات ، شبكات الهاتف أو كذلك شبكة الشبكات وهي الانترنت ، التي تسمح بربط علاقات بين آلاف الأشخاص حول موضوع محل اهتمام مشترك ، او السماح لهم بتبادل المعلومات ، أو كذلك المشاركة في التظاهرات ، وكل هذا يحدث عن بعد ومن دون اتصال حقيقي. (Torloting, 2006 : P.06)

هناك عدة تسميات تطلق على شبكات التواصل الاجتماعية مثل: البرامج الاجتماعية، إلا أن البرامج الاجتماعية ليست في الأصل سبب بروز الشبكات الاجتماعية الرقمية، فكل فرد يملك شبكته الاجتماعية الخاصة به سواء كان موصولا بشبكة الانترنت أم لا، فالشبكات الاجتماعية كانت دائما موجودة، حيث نجد نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل. اما الانترنت فقد ساهمت في تضخيم الظاهرة وتطوير الممارسات المرتبطة بالشبكات الاجتماعية، كما تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية وهي الانترنت المبنية على التطبيقات (APPLICATIONS) التي تركز على بناء الشبكات الاجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر ذوي الاهتمامات المشتركة أو النشاطات المشتركة . وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية اساسا على التمثيل لكل مستخدم (ملف شخصي PROFILE) وكذلك خدمات متعددة أخرى ، حيث تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار ، النشاطات ، الأحداث ، الاهتمامات في اطار شبكاتهم الشخصية ، بالإضافة إلى توسيع اطار تطبيقاتهم من خلال تزايد تأثيرهم في المجتمع والحكومة.(مرسي، 2011: 152)

إن التفسير السوسيولوجي أقرب إلى تفسير نشأة شبكات التواصل الرقمية ، فغريزة الاجتماع لدى الفرد جعلته يسعى دائما إلى التعرف إلى الآخرين من خلال الحديث إليهم ومحاولة التعرف عليهم ، حيث إن الاستمالة بالدردشة

بالكومبيوتر تساهم في خلق السلوك القبلي عبر الانترنت لدى الفرد ،كما يسميها جانيس بليدل ، فشبكات التواصل الاجتماعية الرقمية ،كما يقول بليدل : " ليست تجاور مجموعة أفراد معزولين ، وإنما هي هيكل اجتماعي حقيقي يستند إلى تماسك أعضائه عبر مستويين :

- داخل الجماعة من خلال المشاركة في استخدام اللغة ، الرموز ، الحالات العاطفية.
- بالمقابل مع العالم الخارجي ، من خلال المنطق المانوي (MANICHENNE) حيث يتواجه النقيضان "هم " و"نحن". (مرسي، 2011: 152)

ويضيف بليدل أن الاستراتيجيات القبلية من أجل البقاء تعتمد على توسيع إقليم نشاطهم ، من خلال مضاعفة عدد الأصدقاء في مواقع كالفيسبوك ، والدفاع عنهم ضد الهجمات الخارجية (تعليقات سلبية ، التحرش ، الاستفزاز المعنوي ، التخريب) .

وبعد تشكل الجماعة الالكترونية عبر الانترنت ، تأخذ بالبحث عن بعضها البعض عبر فضاءات مستقل خاصة بهم (ألعاب ، تسلية ، مجال مهني) ، فضاءات حيث يحس الفرد بأنه مركز اهتمام الجماعة ، وهذا ما يسمى بالفردانية الرقمية في الشبكة التي ولد الشعور بالأنسة الاجتماعية .

كما تولد الدردشة بالكومبيوتر النزعة بالتواجد معا ، والبحث دائما عن الآخرين ورغبة في مد الروابط معهم ، وهي تشبه إلى حد كبير النزعة الاجتماعية في التواجد كل مساء مع الأصدقاء في المقاهي في العلاقات الاجتماعية العادية ، وبالتالي يصبح المجال الالكتروني الرقمي ميدان تطور هوية الفرد ، حيث يقيم به ويتطور فيه ، ليصبح محرك تطور هويته وشخصيته.(Peria :147)

ولقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعية رواجا كبيرا من قبل الشباب في كل أنحاء العالم ، حيث بلغ عدد المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي 22 مليون مشترك في فرنسا وحدها فقط ، أي بنسبة 64 بالمائة من عدد السكان ، وبنسبة ارتفاع تقدر بـ 45 بالمائة مقارنة بسنة 2007 ، حيث احتل موقع فيسبوك الصدارة بـ12 مليون زائر في فرنسا وحدها (200 مليون في العالم)، وبنسبة ارتفاع تقدر بـ443 بالمائة،كما قدر عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعية في الولايات المتحدة بـ133 مليون مستخدم سنة 2008، أي بنسبة زيادة سنوية تقدر بـ9 بالمائة، في حين نجدها تعرف ارتفاعا في باقي أرجاء العالم، حيث تقدر نسبة الزيادة السنوية في عدد المشتركين بـ23 بالمائة في آسيا ومنطقة المحيط الهادئ، و35 بالمائة في أوربا ،و 33 بالمائة في أمريكا اللاتينية ، و 66 بالمائة في الشرق الأوسط وأفريقيا، وهذا حسب احصائيات موقع "كوم سكورcome score. (Peria :147)

وفي دراسة احصائية أخرى صدرت عن موقع strategy analytics فإن شعبية المواقع الاجتماعية في تزايد مستمر ، حيث يقدر عدد المستخدمين لهذه المواقع بـ489 مليونا سنة 2008 ليتضاعف سنة 2011 إلى 907 ملايين مستخدم ، ويتوقع أن يصل عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعية إلى حوالي مليار وخمسة ملايين مستخدم بحوالي 2012.(مرسي، 2011: 154)

ونتيجة هذا الرواج فتحت أهم وسائل الإعلام نوافذ لها على شبكات الواصل الاجتماعية، مثل القنوات الفضائية ، من أجل تحقيق المزيد من المتابعة لبرامجها ، وكذلك من أجل تحصيل المزيد من المعلومات عبر هذه الشبكات، كما يرى ديفيد بال أستاذ التسويق بكلية وارنتون أن نجاح هذه المواقع واستمرارها يعتمد على قدرتها على شد انتباه أعضائها ، ويقول إن بعض هذه المواقع واستمرارها يعتمد على قدرتها على شد انتباه اعضائها ، ويقول إن بعض هذه المواقع سوف يأتي ويذهب ، ويقدم مثالا موقع friendster الذي أنشئ عبر شبكة الانترنت سنة 2003 ، وبسرعة أصبح يملك 20 مليون زائر ، وفي اواخر 2005 انخفض عدد الزائرين إلى أقل من مليون بعد "ماي سبيس my space". (Laurent :17)

وتتميز شبكات التواصل الاجتماعي أو الانترنت الاجتماعية بعدة مميزات أهمها: (مرسي، 2011: 157-158)

- **التشاركية والتفاعلية:** إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته في الشبكة بكل المعلومات المتعلقة به سواء بشخصه (أذواق ،ملابس،رياضة،موسيقى) أو المتعلقة بثقافته لغته،دينه،تقاليده ، أو المتعلقة بموطنه (من خلال نشر خرائط وصور عن مدينته ، أو أصدقائه ، بعض المعالم الأثرية ببلده) التي يرغب في ايصالها إلى الطرف الآخر

- **الحضور الدائم غير المادي:** حيث لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم ، إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر من خلال ترك رسالة نصية ، أو صور أو معلومات عن افلام أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر ، الذي يمكن أن يرد عليه بنفس الطريقة من دون أن يلتقيا في وقت متزامن ، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو من خلال الدردشة الشفهية باستعمال الميكرفون ، وكلتا الحالتين تتطلب أن يكون أحد الطرفين ملما بلغة الآخر (كتابة ونطقا) لتسهيل عملية التواصل ، وغالبا ما يكون الطرف الأضعف ثقافيا مطالبا باتقان لغة مخاطبه.

- **الوضوح الهوياتي**: وهو شيء تلقائي يحدث بين الطرفين لأن الغاية هي التعرف إلى الآخر وتعريف بالأنا . بالإضافة إلى الخصائص العامة للإعلام الجديد كالانتشار وسهولة الاستخدام وغيرها .

وتعتبر أهم أشكال شبكات التواصل الاجتماعي هي : الفيسبوك والتويتر واليوتوب ، وهذا لا يعني وجود أشكال أخرى لكن على الأقل على المستوى العربي تعتبر هذه الأشكال الأكثر انتشارا وهو ما جعلها مجالا للدراسة؛ منها:

أ. **الفيسبوك facebook**: موقع اجتماعي على شبكة الأنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم ، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب ، ويمكن للمشتركين في الموقع الاشتراك في شبكة أو أكثر ، مثل المدارس أو أماكن العمل أو المناطق الجغرافية أو المجموعات الاجتماعية وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء والذين هم في نفس الشبكة ، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ، ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية .(Laurent :24)

ب. **التويتر twitter**: هو خدمة تدوين اجتماعية صغيرة تسمح للأعضاء المسجلين بنشر منشورات صغيرة تسمى tweet ، ويستطيع الأعضاء النشر ومتابعة منشورات الآخرين من خلال استخدام منصات وأجهزة عديدة ، ويمكن الرد أو النشر على تويتر باستخدام الهاتف المحمول بواسطة الرسالة النصية ، أو من خلال واجهة المستخدم على الموقع. (Laurent :24)

ج. **إليوتوب you tube**: موقع خدمة مشاركة للفيديو يحمل شعار " بث نفسك " broadcast yourself ويسمح لمستخدميه بمشاهدة الفيديوهات المنشورة من مستخدمين آخرين ، وكذلك تحميل الفيديوهات الخاصة بهم. (Laurent :25)

3- علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي:

إن الربط العلائقي بين الشريحة الشبانية وهذا الوسط الافتراضي يرجع إلى النسبة الكبيرة التي يظهر بها الفاعلون الشباب في هذا الوسط، حيث يعتبر موضوع البحث في العلاقة بين هذه الفضاءات والشباب من المواضيع الأكثر تناولا في جل بلدان العالم لكون الشباب يمثل الشريحة الاجتماعية الأكثر استهلاكا لهذه الفضاءات.

فالشباب اليوم يوصف بجيل الابهام*، أو بجيل الترحال**، وتوفر مختلف الوسائط الجديدة بصفة عامة فرصا للاتصال التي يدمجها الشباب في حياته اليومية للحفاظ على الروابط الاجتماعية والعلاقات وتشكيلها وتعزيزها، ومع ذلك فإن ازدياد شعبية وسائط الاتصال لم تعوض أشكالا أخرى من الاتصال، لأن الشباب يستخدم أكثر من وسيلة في نفس الوقت. (بومعيزة، 2010: 209)

ولقد عالج الباحثون العلاقة بين الشباب والفضاءات الافتراضية من منظورات مختلفة وفي سياقات ثقافية متباينة مما سمح بإعادة النظر في العديد من المفاهيم والتصنيفات، والوصول إلى استنتاج تدعمه الكثير من المعطيات الميدانية ومفاده أن هذه الفضاءات تُشكل الشباب وبدوره يُشكل الشباب هذه الفضاءات. إذ يلاحظ ان الشباب في جميع بلدان العالم يتميز بألفة أكثر بالانترنت والهاتف المحمول...وهو القوة الأولى المتبنية لمختلف التكنولوجيات الجديدة، والتي تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد نتائجها.

فالشباب يُظهر رغبة ملحة في التعبير الحر عن نفسه، وتكمن فيه استعدادات التمرد عن الثقافة والتقاليد السائدة، وبالتالي يتبع الشباب استراتيجيات استخدام خاصة به لتبني الفضاءات الافتراضية وتكييفها من أجل الابداع الثقافي والاتصال الاجتماعي(بومعيزة، 2010: 209)

وقد ترتب على انتشار شبكات التواصل الاجتماعي تزايدا مطردا في استخدامها حتى وصل عدد مستخدمي شبكة التويتر في العالم العربي نحو 6.5 ملايين مستخدم، بينما زاد عدد مستخدمي الفيسبوك عن 800 مليون مستخدم في العالم، وتجدر الاشارة ان هذه الاحصائيات لعام 2012 ولنا أن نتخيل الزيادة التي وصلنا إليها الآن.(الطيار، د.ت: 196) .

وفي تقرير أصدرته (وحدة مختبر المستهلك) في شركة (إريكسون) لسنة 2015، تنامى استعمال الانترنت في الجزائر، إلى " تزايد استخدامه داخل أوساط الشباب الذين أصبحت عاداتهم الاستهلاكية مماثلة لعادات نظرائهم في أوربا وامريكا" وأفاد التقرير أن ارتفاع استخدام الانترنت يقف وراءه الشباب، ممن تتراوح أعمارهم بين 15و24 سنة، إذ تزداد عادات استخدامهم الاسبوعي لخدمات الانترنت والتطبيقات الذكية، وقال التقرير أن الجزائر على غرار كل من المغرب وتونس، أصبحت تشهد تحولات عميقة على مستوى توجهات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات،

*– بالنظر لعلاقته بالهاتف المحمول، واستخدام أصبع الابهام أساسا في صياغة الرسائل.

**– للتنقل من وسط لآخر.

بفضل الشباب الذين ترتفع وسطهم نسبة الولوج إلى الانترنت إلى 70 في المائة. وسجل التقرير ان 97 في المائة من أصحاب الهواتف الذكية في المغرب العربي والجزائر تحديدا، يستخدمون تطبيقات الهواتف النقالة، من أجل ولوج الشبكات الاجتماعية بالدرجة الأولى.(حدوم، 2015: 19)

فرضت المتغيرات التكنولوجية والتطور في تقنية المعلومات والاتصالات صوراً حديثة للتعامل في مقدمتها الخدمات السياحية الالكترونية التي أصبحت في الوقت الحالي ضرورة حتمية لا يمكن لأي نشاط سياحي تجاهله. الأمر الذي أدي إلى ظهور المواقع السياحية المختلفة على شبكة الانترنت والتي لا تستخدم في التسويق السياحي الالكتروني فحسب بل تتعدي ذلك إلى إمكانية الحجز والدفع الالكتروني للرحلات السياحية. ونتيجة لذلك ظهر في منذ السنوات الماضية مفهوم السياحة الالكترونية ، هذه المفهوم الجديد الذى أدى إلى تشكيل صورة جديدة للصناعة السياحية والترويج لمنتجاتها من خلال عدم الاعتماد فقط على الموروث الحضاري والثقافي كعامل وحيد في الجذب السياحي ولكن باستغلال مفهوم الاستثمار في الثقافة وسياحة المعلومات.

4- ماهية السياحة المغاربية :

4-1-مفهوم السياحة:

إن أول ما سنحاول التطرق إليه هو إعطاء مدلول لمفهوم السياحة لغة اصطلاحا،كما اختلف تعريف هذا المدلول من وجهة نظر رجال العلم إلى السياحة من حيث جوهرها فهي علم جديد اشترك في تكوينه عدد من العلوم الأخرى لذا تتعدد التعاريف وتتنوع المقاربات وتختلف الأهداف والنتائج.

ولمعرفة وتحديد مفهوم السياحة نستعرض مفاهيم والتعاريف والاتجاهات النظرية التي تتعلق بها:

التعريف اللغوي: السياحة لغة هي الضرب في الارض حيث اشتقت من سيح الماء وسياحته وساح يسيح سياحتا إذا جرى على وجه الارض، السياحة هي الذهاب في الارض للعبادة والترهب، وساح في الأرض يسيح سياحة وسيوحا وسيحا وسيحانا أي ذهب في الارض.

وهذا ما ورد في قوله تعالى ﴿ **بَرَاءَةٌ مِنَ اللهِ وَرَسُولِهِ إلى الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ مِنَ المُشْرِكِينَ فَسِيحُوا فِي الأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ** ﴾ (**سورة التوبة، الآية: 01-02**) حيث ورد لفظ السياحة في القران الكريم في ثلاث مواضع أو مواطن من القران الكريم، ورد قوله تعالى ﴿ **التَّائِبُونَ العَابِدُونَ الحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الآَمِرُونَ بِالمَعْرُوفِ**

وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ ﴾ (**سورة التوبة، الآية: 111–112**)، وورد قوله تعالى ﴿ **عَسَى رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَكُنَّ أَنْ يُبْدِلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكُنَّ مُسْلِمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأَبْكَارًا** ﴾ (**سورة التحريم، الآية: 05**). وعليه نقول بأن كلمة سياحة هي كلمة عربية معروفة عند العرب منذ القدم، وقد ورد ذكرها في القران الكريم.

أما في اللغة الانجليزية نجد كلمة Tour وتعني يجول أو يدور، ما كلمة Tourism فقد استعملت أول مرة في أواخر القرن 18 في انجلترا للدلالة على رحلة النبلاء الانجليز إلى أوربا خصوصا إلى فرنسا لمتابعة الدراسة، ثم انتقل استخدامها إلى الدول الاوربية للدلالة على شخص يسافر بهدف الاستجمام أو التعلم أو الاستشفاء. وكلمة Tour هي سلف ما نسميه اليوم Tourism باللغة الانجليزية وقد انتقلت كلمتا Tourist، Tourism إلى كل اللغات تقريبا في نهاية القرن 19، و وصفت لها تعاريف ومفاهيم محددة، فقد عرف السائح في سنة 1937 من طرف الخبراء ولأغراض احصائية بأنه: "كل شخص مسافر بغير المتعة مبتعدا عن مقر سكناه لأكثر من 24 ساعة ولأقل من سنة، أما التنقلات التي تقل عن 24 ساعة فتعتبر نزهات".(Boyer,1996 : 93)

والآن سوف نعرف بعض التعاريف لعدد من العلماء والباحثين والمهتمين بالسياحة.

التعريف الاصطلاحي: يعرف قاموس لاروس La Rousse السياحة بأنها: "عبارة عن مجموعة من الانشطة المتعلقة بالأسفار والاستجمام أو نشاط سفر وزيارة موقع من أجل المتعة والترفيه عن النفس."(la rousse,1997) .

أما قاموس Petit Robert فقد عرف السياحة بأنها: "الانشطة المتعلقة بتنقل السياح وإقامتهم خارج سكناهم"(Le petit robert,1987 :1018).

أما معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية فقد عرف السياحة بأنها: "انتقال أي شخص من مكان إقامته إلى مكان آر لمدة قصيرة نسبيا والانفاق من مدخراته وليس من العمل في المكان الذي يزوره، وقد ينشد السائح مجرد زيارة أو تمضية الاجازة أو الصحة أو الدراسة، وبذلك ينتقل السواح بصفتهم مستهلكين لا منتجين وقد تكون السياحة داخلية أو خارجية"

في عام 1905 عرف (جوير فولر) E.guyer Feuller الالماني السياحة بأنها: "ظاهرة من الظواهر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو، والاحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، والشعور بالبهجة والمتعة في الاقامة في مناطق ذات طبيعة خاص، وهي ثمرة تقدم وسائل النقل" (كمال، 1975: 13)

هذا التعريف اهتم فقط بالجوانب الانسانية والنفسية وأهمل الجانب الاقتصادي والثقافي، وفي العام 1910 عرف العالم النمساوي (هيرمان فون شوليرون) Herlman von Sholleron على أنها: "الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا تلك العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الاجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة".(حسين، 1975: 24)

هذا التعريف ركز على الجانب الاقتصادي للسياحة واهمل الجانب النفسي والثقافي. وفي العام 1935 عرف العالم السويسري (جلاكسمان) R.Glucksman على أنها: "مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، وبين الاشخاص الذين يقيمون في هذا المكان".(عبد العزيز، 1997: 22-96)

يركز هذا التعريف فقط على العلاقات الانسانية التي تنشأ بين السائح والسكان الاصليين. وفي العام 1959 عرفها العالم السويسري (هونزيمبر) رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين بأنها: "مجموعة العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص اجنبي في مكان ما، بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة ولا ترتبط بنشاط يحقق ربحا للشخص الاجنبي".

تعريف الهيئات والمؤتمرات: أما منظمة السياحة العلمية فقد عرفت السياحة بأنها: "نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الافراد من مكان الاقامة الدائمة لهم إلى مناطق اخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، ولا تزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ماعدا الدراسة والعمل".(حجاب، 2002: 21-22)

وفي مؤتمر الامم المتحدة لعام 1963 الذي انعقد في روما للسياحة والسفر الدولي بأنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 12 شهرا، بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية، والسياحة كالطائر لها جناحان يتمثلان في السياحة الداخلية أو الخارجية". وهذا التعريف يبرز نفس الحقائق السالفة الذكر.

وفي مؤتمر أوتاوا بكندا عام 1991 تم تعريف السياحة بأنها: "الانشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لفترة معينة من الزمن، لا يكن غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه" (مسعد، 2002: 61-62)

وتعرفها الاكاديمية الدولية للسياحة بأنها: "اصطلاح يطلق على الرحلات الترفيهية وعلى هذا الاساس هي مجموعة الانشطة الانسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات الترفيهية، وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح" (هارون، 2000: 126).

وقد اعتبر هذا التعريف السياحة صناعة قائمة بذاتها. وتعريفها مدرسة الفكر السويسرية من خلال الجنرال Kraft & Hunziker بأنها: "مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة لسفر وإقامة الشخص الاجنبي إقامة مؤقتة، بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور".(Tessa, 1993 : 21)

ومما تقدم نستنتج أن السياحة ظاهرة اجتماعية تتمثل في انتقال الفرد من البلد الذي يقيم فيه على سبيل الاعتياد إلى بلد اخر لأي غرض غير الهجرة أو العمل، فهي عبارة عن مزيج بين مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، لهذا اصحبت تشكل من جهة ظاهرة اجتماعية تتمثل في اشباع رغبات الافراد والمتمثلة في الراحة والاستجمام والاطلاع وحضور التظاهرات الثقافية والرياضية والتجاري، وظاهرة اقتصادية من جهة اخرى إذ تعتبر صناعة تختص بتقديم الخدمات وتساهم شأنها شأن القطاعات الاخرى في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

والان نستعرض بعض التعاريف لعدد من العلماء والباحثين والمهتمين بالسياحة حيث السياحة في جوهرها هي علم اشترك في تكوينه العديد من العلوم الأخرى.

تعريفها لدى رجال العلم: فالاقتصاديون ينظرون إلى السياحة من وجهة الطلب على خدمات السفر والمواصلات والاقامة (الفنادق، الشقق والمعسكرات) وكل ما يتصل بالرحلة المعينة من خدمات سلع، وينظرون إليها من جانب العرض على أنها صناعة منتجة للخدمات المذكورة.

أما علماء الاجتماع: فينظرون إلى السياحة على أنها رغبة في التعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية، أو ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب الاخرى، ويرى البعض الاخر أن السياحة تعين الحركية الاجتماعية التي تتم إراديا أو اختياريا.(الحمامي،1988: 26)

أما الانتربولوجيون: فينظرون إلى السياحة على أنها وسيلة للاتصال الثقافي والحضاري الذي يساعد على تكون الشخصية القومية، وتقليل المسافات الاجتماعية بين الشعوب.

أما علماء القانون: فيهتمون في تعريفهم أو دراساتهم للسياحة على الاجراءات الرسمية الخاصة بالانتقال وكيفية الدخول وفترة الاقامة المسموح بها والتشريعات الخاصة بالمؤسسات والهيئات القائمة على السياحة والاهتمام بالسائح.(ابراهيم، 2006: 36)

أما من الناحية الثقافية: فالسياحة تتركز على ثقافة الاماكن فالأفراد الذين نزورهم، كما تتركز أيضا على ثقافة الزائرين وذلك فيما يتعلق بالإرث الثقافي من فلكلور وآثار وتقاليد وعادات وقيم ... الخ، وطريقة تفكير الافراد التي تدخل عليها تعديلات حسنة أم سيئة، فالحاجة إلى الراحة إذن تمكن الافراد من اكتشاف عدة حضارات وشعوب.(Organisation Mondial du Tourisme,1988 : 06)

4-2- أنواع السياحة:

تختلف تقسيمات السياحة باختلاف معايير تقسيمها وباختلاف الاهداف المراد الوصول إليها، سنعتمد في تقسيمنا للسياحة في هذه الدراسة على معيار الاهداف والرغبات التي يسعى السائح إلى الوصول إليها.

4-2-1-السياحة الثقافية:

يقصد بها كل استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة من خلاف اكتشاف تراث عمراني، على غرار المعالم التاريخية والدينية أو تراث روحي، على غرار التقاليد والعادات الوطنية والمحلية.

4-2-2-السياحية الترفيهية:

يتمثل الدافع الاسري وراءها في رغبة الشخص في الاستمتاع والترفيه عن النفس، فهذا النمط من السياحة يتضمن ممارسة الهوايات المختلفة على غرار الصيد، الغوص في البحار والتزلج على الثلوج. كما يتضمن زيارة المناطق الجبلية والصحراوية وشواطئ البحر التي تبعث الهدوء في النفس، الراحة والاستقرار . ويرتكز هذا النوع من السياحة على فرعين أساسين هما: سياحة الشواطئ والسياحة الصحراوية.

4-2-3-السياحة العلاجية:

عرفها الاتحاد العالمي للسياحة أنها تقديم التسهيلات الصحية باستخدام المصادر الطبيعية للدولة، ويشكل خاص المياه المعدنية والمناخ.

ويمكن تعريف السياحة العلاجية على أنها انتقال الاشخاص من بلدانهم الاصلية إلى بلدان اخرى بهدف الاستفادة من العناصر الطبيعية التي وهبها الله لهذه المناطق في مجال العلاج والاستشفاء.

4-2-4-**السياحة الرياضية**:

أصبحت السياحة الرياضية في العصر الحالي من أهم أنواع السياحة لما توفره من إيرادات هام إلى جانب التعريف بمختلف أشكال السياحة الاخرى وباقي القطاعات الاخرى في الدول المصدرة لهذا النوع من السياحة، وتعتمد على مجموعة من النشاطات الرياضية على غرار أنشطة سباق السيارات، التزحلق على الثلوج وغيرها من الأنشطة الرياضية.

4-3- أسس السياحة:

4-3-1- **الطلب السياحي**: يقصد به مجموع الاتجاهات، الرغبات وردود الفعل اتجاه منطقة معينة، كما أن الرغبة في السفر تعبر عن دافع ثانوي في سلم الدوافع النفسية، بعد الدوافع الاصلية التي تقوم على اسس بيولوجية على غرار الجوع، العطش وغيرها.

4-3-2-**العرض السياحي**: يتجسد العرض السياحي في مجموعة عناصر ومقومات غير متاجنسة من حيث طبيعتها، إلا أنها متكاملة فيما بينها من اجل تحقيق اشباع رغبات السائحين المختلفة.

وببساطة فالعرض السياحي هو كل ما يمكن عرضه من مغريات ووسائل للسائح. ويتميز العرض السياحي بثلاث خصائص رئيسية، تتمثل فيما يلي:

- عدم المرونة وعدم القابلية للتغير وفق رغبات وأذواق السائحين، خاصة بالنسبة للعناصر الطبيعية والتاريخية.

- استقلالية عناصره عن بعضها البعض، فتلك الطبيعية مستقلة عن الصناعية.

- المنتوج السياحي لا ينتقل إلى السائحين وإنما يحدث العكس.

4-3-3- **التسويق السياحي**: هو ذلك النشاط الاداري والفني الذي تقوم به هيئات ومؤسسات داخل الدولة وخارجها، للتعرف على الاسواق السياحية الحالية والمحتملة، والتأثير فيها لتنمية الحركة السياحية الدولية القادمة منها.

ويتضمن التسويق السياحي تسويق المنتوج السياحي والتعريف به، داخليا وخارجيا في سوق السياحة العالمية عبر قنوات منظمة من أجل إثارة الدوافع المختلفة لدى السائحين، لرفع حجم الطلب على المنتوج السياحي للدول المصدرة للسائحين وإحداث نمو في الحركة السياحية الدولية.

وفي الواقع فإن عملية تنشيط التسويق السياحي تتوقف على مدى قوة المنتوج السياحي، دور الإعلام في التعريف بمقومات الدولة السياحية، إلى جانب الظروف الامنية والسياسية في الدولة المصدرة للسياحة والدولة المستوردة لها.

4-3-4- الإيرادات السياحية والاستثمار السياحي:

4-3-4-1: **الايرادات السياحية**: هي كل ما تحققه الدولة من ايرادات من السائحين وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي، إلى جانب ما يحققه الافراد، الشركات الوطنية، المؤسسات العمومية والخاصة في مجال السياحة، الفنادق، الطيران والملاحة. وتتأثر هذه الايرادات بمجموعة من العوامل والمتغيرات منها:

-قوة المنتوج السياحي للدولة.

-مستوى الخدمات السياحية المختلفة في الدولة

-أسعار السلع والخدمات السياحية في الدولة.

-مدى الوعي السياحي في الدولة.

-قدرة السائحين على الانفاق السياحي.

-طبيعة النظام السياسي والاقتصادي في الدولة المصدرة للسياحة وفي الدول المصدرة للسائحين، إلى جانب العلاقة بين الدولتين.

-الوضع الامني في الدولة المصدرة للسياحة

حجم الامكانيات الطبيعية والمادية المتوفرة في الدولة السياحية.

4-3-4-2: **الاستثمار السياحي**: يتمثل في مجموع ما ينفق في قطاع السياحة وما تستقطبه الدولة من استثمارات اجنبية موجهة لهذا القطاع. ويعتبر الاستثمار السياحي من الانشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة. كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الاموال المحلية والاجنبية للاستثمار في مجال السياحة، إلى جانب قوة المنتوج السياحي المعروض وحجم الطلب عليه في سوق السياحية العالمية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بمنتوجها السياحي.

4-4: **مبادئ وشروط ممارسة السياحة:**

– توفر مراكز دخول محددة تزود السائح بالمعلومات اللازمة عن منطقة السياحة من خلال المجتمع المحلي للمنطقة.

– إدارة سليمة للموارد الطبيعية والتنوع الحيوي بطرق مستدامة بيئيا.

– وضع قوانين صارمة وفاعلة لاستيعاب أعداد السياح وحمايتهم وحماية المواقع البيئية في نفس الوقت.

– دمج سكان المجتمع المحلي وتوعيتهم وتثقيفهم بيئيا وسياحيا، وتوفير مشاريع اقتصادية للدخل من خلال تطوير صناعات سياحية وتحسين ظروف معيشتهم.

– التعاون من اجل انجاح السياحة البيئية بتعاون مختلف القطاعات المختصة بالسياحة والبيئة معا.

4-5: **إجراء عملية لتنظيم السياحة:** هناك جملة من المعايير تعتبر اجراءات عملية لتنظيم السياحة أهمها:

– احترام القوانين المحلية والاقليمية والعالمية المتعلقة بقضايا البيئة والمحافظة على التراث الحضاري.

– مراعاة القدرة الاستيعابية وعدم تخطيها.

– تنمية الوعي البيئي للسكان المحليين.

– اختيار وسائل نقل غير ملوثة للبيئة.

تشجيع إعادة التدوير وإعادة التصنيع والزراعة العضوية.

خاتمة :

اكتسبت التكنولوجيات الحديثة وفي مقدمتها الانترنت في الوقت الحالي أبعادا اقتصادية وتنموية جد استراتيجية ، استفادة منها جميع القطاعات فقد عملت على تحويل الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد رقمي معرفي ، تمثل فيه الموارد اللامادية . المعرفة والمعلومة . أهم وسائل الإنتاج . فالتكنولوجيات الحديثة أصبحت عاملا حيويا في إحداث التنمية المتكاملة ،فاستخدامها لأغراض العمليات التجارية لزيادة توليد الدخل وزيادة إنتاجية العمل قلصت من تكلفة المعاملات وزادة من فرصة الوصول إلى الأسواق وربط المتعاملين مع بعضهم البعض وغيرها من المزايا التي توفرها لكلمن المورد والمستهلك .

إن بتنوع شبكات التواصل الاجتماعي وانتشارها وسهولة استخدامها ، وتغطية شبكة الانترنت لكل مناطق الكرة الأرضية برزت عدة مفاهيم جديدة كالتجارة الالكترونية والإدارة الالكترونية والتسويق الالكتروني والسياحة

الالكترونية ، هذه المفاهيم التي عرفتها العديد من الدول واستخدمت في إطار استراتيجيات النهوض بالقطاع السياحي بها

وبما أن السياحة كظاهرة اجتماعية واقتصادية تعد عاملا من عوامل التطور والتنمية ونشاطا يكمل بقية الأنشطة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية ، و كصناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والترويج والتسويق لمنتجاتها ، فقد أصبح تطوير الخدمات السياحية والاهتمام بالجودة من بين اهم أسس زيادة القدرة التنافسية في القطاع السياحي للدول الثلاث ، وعلى هذا الأساس أصبح اهتمام النشاط السياحي لكل من تونس والجزائر والمغرب من خلال استراتيجيات تنمية السياحة ، منصبا نحو تطوير الخدمات وتحسين جودتها وتوفير متطلبات السياحة الالكترونية وتأهيل العامل البشري .

المصادر والمراجع

أولا: المصادر والمراجع باللغة العربية:

1. المصادر :

- القرآن الكريم ، عن رواية ورش عن نافع

2. المراجع :

- إبراهيم وفاء زكي (2006) .دور السياحة في التنمية الاجتماعية. القهرة: المكتب الجامعي الحديث.
- ابن منظور ، مصدر سبق ذكره ، ج3.
- بدوي أحمد زكي (1978) معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت: مكتبة لبنان.
- بومعيزة السعيد (2010) المعولم والمحلي في الدراسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري: دراسة ميدانية، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي : الشباب والاتصال والميديا، تونس.
- توفيق ماهر عبد العزيز (1997) صناعة السياحة، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- حجاب محمد منير (2002) الإعلام السياحي. القاهرة: دار الفجر.
- حدوم هشام (2015). 70 بالمائة من الجزائريين مدمنون على الفيسبوك والفايبر، جريدة البلاد، ، العدد: 31219.
- حسين شوقي (1975) السياسة التسويقية في مجال السياحة، القاهرة: الدار الجامعية للكتاب، القاهرة.
- الحمامي آمال (1988) السياحة والتنمية الاجتماعية في جمهورية مصر العربية. القاهرة: جامعة المنصورة، القاهرة.
- ريان محمد سيد (2013).الإعلام الجديد ، ط01 ، مصر: مركز الأهرام للترجمة والنشر والتوزيع.
- الشهري فايز بن عبد الله(2012) . الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين" ، صحيفة الرياض ، العدد 14776.
- الطيار فهد بن على (2010) من أجل مجتمع المعلومات ودور الشباب جينيف: المؤتمر الدولي.
- على أحمد هارون (2000).أسس الجغرافيا السياحية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- كمال محمود (1975) السياحة الحديثة علما وتطبيقا، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

- مسعد حيي الدين محمد (2002) الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي. الاسكندرية: المكتب العربي الحديث.
- مشري مرسي (2011) شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي ، عدد 29 أبريل ، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية ، لبنان.

ثانيا: المصادر والمراجع باللغة الأجنبية:

- Amir Nlichtand and Jordan Isiegel, (2006.) The social dimensions, Oxford hand book of Oxford university press.
- François Perea, L'identité Numérique: de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique, les enjeux de l'information et de la communication ; vol 1.
- Manuel castells and Custavocardoso, (2005)The network society from knowledge to policy ,Washington University University.
- Philippe Torloting . (2006).Enjeux et perspectives des réseaux sociaux, mémoire de master en marketing management et technologies de l'information, Paris : institut supérieur du commerce
- Stanley Wasserman, and Katherine Faust,(2004) Social network analysis: Methods and applications, structural analysis in the social sciences ,(2004) NEW YORK: Cambridge University press.

دور الفيسبوك في دعم التربية الإعلامية عبر الصفحات الدينية

The role of Facebook in supporting media education through religious pages

أ.د. جمال بن زروق* / أ. **سعاد قراندي****

الملخص:

يعتبر استعمال التقنيات المتطورة الوجه التكنولوجي الإعلامي البارز في الوقت الحالي عند التعاطي مع المعلومات بنشرها أو تداولها عبر مختلف المنصات الرقمية والافتراضية، فالاستخدام الواسع لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة دفع بالفرد أن يعيش بين عالمين موازيين "افتراضي" و"واقعي"، ما يجعله يتعرض لمضامين متعددة منها ما يستفاد منه ومنها ما لا يدركه من ثقافات مختلفة يمكن أن تمس بعاداته وقيمه ومعتقداته الدينية بالشكل الذي يسيئ إليها، إلاّ أن هذا لا ينفي أن البيئة الافتراضية وما حملته في خضمّها من تطورات أعادت الخطاب الديني للواجهة وبوجه الكتروني جديد خالص وأكثر فاعلية عن ما كان عليه من قبل ليتجاوز بذلك وسائل الإعلام التقليدية، بل يتعدى كل ذلك إلى مواجهة العولمة الثقافية ونشر السلوكيات والقيم والفضائل عبر نشاطات مستمرة لمنشورات هادفة؛ حيث يتفاعل من خلالها الأفراد و يتحوّلون في نفس الوقت إلى فاعلين رئيسيين مساهمين في تعزيز الخطاب الديني ونشر مبادئ وأسس التربية الإعلامية هذا الفضاء لمسناه في الفيسبوك كونه الأكثر شعبية بين الشباب، ما شجعنا على عمل دراسة تطبيقية محاولين من خلالها إبراز دور الفيسبوك عبر إحدى الصفحات الدينية في عرض وتقديم المنشورات الدينية وفتح مجال من خلال التقنيات التي يتوفر عليها للشباب، حتى يتسنى لهم التفاعل والتواصل، بإبداء رأيهم في الموضوع وهو شطر مكمل للذي يليه من خلال استعمالنا للملاحظة والتدقيق بالدراسة التحليلية المتمثلة في كيفية تفاعل المنضوين بصفحة "الطريق إلى الجنة" عبر الفيسبوك سواء بـ"الاعجاب" أو "التعليق" أو "المشاركة" في إبراز مدى استخدامهم لمهارات التربية الإعلامية من قراءة وتعقيب وغيرها لما لها من أهمية في تشكيل وعي معرفي وثقافي بحسن الاستخدام والتعامل مع تقنيات الوسائط الرقمية والتي كما اشرنا سابقا اخترنا منها شبكة الفيسبوك.

الكلمات المفتاحية:

الفيسبوك، الصفحات الدينية، التربية الإعلامية.

---

*-أستاذ التعلم العالي بجامعة 20 اوت 1955 –جامعة سكيكدة-الجزائر

**- طالبة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، بجامعة 20 اوت 1955 –جامعة سكيكدة-الجزائر

Abstract:

The use of advanced technologies is considered the most prominent technological aspect of the moment when dealing with information by publishing or circulating it through various digital and virtual platforms.

The extensive use of the new media and communication has led the individual to live between two "virtual" and "realistic" parallel worlds, Including the use of it, including what is not aware of different cultures can affect the customs and values and religious beliefs in a manner that harms them, but this does not deny that the virtual environment and what it carried in the midst of developments brought back the religious discourse of the facade and a new electronic pure And more effective than what it was before to exceed the traditional media.

But all the above to confront cultural globalization and the dissemination of behaviors and values and virtues through the ongoing activities of publications purposeful, where the interaction of individuals and at the same time become key actors contributing to the promotion of religious discourse And dissemination of the principles and foundations of media education this space .

We have seen in Facebook as the most popular among young people, which encouraged us to work ethnographic study, trying to highlight the role of Facebook through religious pages in the presentation and submission of religious publications and open the field through the techniques available on Through the use of the observation and scrutiny of the analytical study of how the participants interacted with the page "Road to Paradise" via Facebook, whether by "admiration" or "comment" or "participation" To highlight the extent to which they use the skills of media education from reading, commenting and others because of its importance in the formation of awareness of knowledge and culture of good use and dealing with digital media technologies, which, as we mentioned earlier, we chose the Facebook network.

key words: Facebook, religious pages, media education.

مقدمة:

يحظى الخطاب الديني بمكانة رفيعة وسط المجتمع الجزائري بحكم الدين الإسلامي –القرآن والسنة النبوية الشريفة– ، فالمؤسسات المجتمعية الجزائرية توليه الاحترام والإنصات عبر مختلف المنابر التي يلقي من خلالها الأئمة الخطب والدروس، التي تهدف إلى إرشاد وتوجيه فئات المجتمع(أسرة، جمعيات، منظمات...)، من خلال الأسس والمبادئ السمحة لديننا الحنيف الذي يمثل هويتنا، ما جعل المؤسسات الإعلامية تُفعل آلياتها في نشر ودعم القيم الدينية، حفاظا على تماسك المجتمع بما يدعو لاستقراره وتوحده على ممارسات محمودة تعمل على التنشئة السليمة للمجتمع، هذا الدور الذي لعبته وسائل الإعلام التقليدية ثم تلتها تماشيا مع التطورات السريعة للتكنولوجيات الحديثة الوسائل الرقمية المتطورة للإعلام والاتصال حاليا وبدخول عصر الميديا الجديدة من جهة وكثافة الغزو الثقافي من جهة أخرى خاصة الذي يعمل على تقديم صورة منافية وممارسات غير لائقة لا يقبلها الدين الإسلامي خاصة لفئة الشباب كونها الفئة الأكثر استهدافا من هذا الغزو وحفاظا على جيل المستقبل كان لزاما على الخطاب الديني هو الآخر أن يتماشى مع التطورات الحاصلة من خلال توظيف واستعمال مختلف التقنيات والأشكال التي تتيحها عبر المنصات الالكترونية عبر العديد من التقنيات على غرار الفيسبوك الذي يعمل على جذب وإثارة الجمهور لما يتوفر عليه من خصائص كالتفاعلية والتشاركية وغيرها من الخصائص لإرسال واستقبال مختلف المضامين بالصوت والصورة والنص، خاصة وأن الشباب يعتمد وبكثرة على الوسائط الرقمية. لهذا على الخطاب الديني أن يطور من أساليب إيصال رسالته لمختلف الفئات، حتى يكون بالمستوى المطلوب لمواجهة الزخم الهائل من الإغراءات الهدامة للدين الإسلامي على شكل صفحات الكترونية عبر شبكة الفيسبوك كأحد الوسائل الناجعة للتقرب من الشباب بالتوعية والإرشاد وكذا دعم لأسس ومبادئ التربية الإعلامية في الوقت ذاته.

1. ما دور الصفحات الدينية في تعزيز التربية الإعلامية عبر شبكة الفيسبوك صفحة "الطريق إلى الجنة" نموذجا
2. كيف يتفاعل الجمهور مع الخطاب الديني من خلال التقنيات المتوفرة على صفحة " نساء الجنة " بالفيسبوك؟

1مفهوم الخطاب الديني

يعد الخطاب الديني من التعبيرات الحديثة في مجال العلوم الاجتماعية عامة واللغويات الاجتماعية خاصة وأن مجالات البحث في هذا الموضوع لا ا زلت في بدايتها، وقد اقترن استخدام مفهوم تحليل الخطاب بمعارك أيديولوجية ذات

أبعاد متنوعة ألقت بظلالها على المصطلح وابتعدت به عن المفهوم العلمي الدقيق،<< ويشير مفهوم الخطاب الديني إلى ذلك البناء من الأفكار والمعتقدات التي تتسم بأهميتها الاجتماعية التي تتبع من ارتباطها بدين ما، ومن ثم تأثيرها في تكوين تصور متلقي الخطاب من المؤمنين بهذا الدين عن العالم الذي يعيشون فيه وتحديد كيفية تصرفهم إزاء هذا العالم .وينطوي مصطلح الخطاب الديني على تنوعات عديدة منها خطاب ديني مغلق وهو الخاص بتفسيرات النصوص والشعائر، وخطاب ديني مفتوح وله عدة مستويات، فقد يكون في إطاره إبداء القيادة الدينية الرأي في أسئلة تتعلق بقضايا شخصية توجه إليه.[1]

وهذا ما يمكن تسميتها بالخطاب الديني الخاص، وقد يكون بخصوص قضايا عامة مثل أ ري الدين في الاقتصاد، والسياسة، أو الهندسة الوراثية إلى آخره، وهذا يمكن تسميته بالخطاب الديني المفتوح العام، أما التصنيف الثالث للخطاب الديني المفتوح فهو الخاص بالقضايا الملحة في واقع التفاعلات

فالخطاب الديني بكل مستوياته المغلق والمفتوح، العام والخاص والمعتدل، معارض، متطرف تعليمي، تربوي وإعلامي يشترك في آلياته ومنطلقاته الفكرية.[2]

إن الخطاب الإسلامي خطاب ديني منبثق من الديانة الإسلامية ومستند لها، إلا أنه لا يمثل خطاب الإسلام ممثلا بنصوص الوحي من القرآن أو السنة، وإنما هو خطاب(الإسلاميين) في التعبير عن الرسالة التي يوجهونها إلى الآخرين في شأن من الشؤون، فالإسلاميون هم أفراد أو جماعات يتميزون

عن غيرهم بقراءة خاصة للدين الإسلامي، وبما يختلف عن قراءة غيرهم من سائر المسلمين[3] ، فالخطاب الإسلامي في أصوله وأسسه لا يتغير لأنه مبني على عقائد وعلى عبادات وعلى قيم وعلى تشريعات لا تتغير لكن الذي يتغير هو الأسلوب.

من لفظتين :الخطاب والإسلامي؛ لفظة (الخطاب) يعني المحاورة والمحادثة بين طرفين أو أكثر، ونسبته للدين يقصد فيها الخطاب الذي يعتمد على مرجعية دينية في مخاطبته وأحكامه وبياناته .قال ابن تيمية المقصود بالخطاب الإفهام، إفهام من هو أهل للفهم، والكلام الذي لا يقصد به إفهام المستمع، فإنه لا يسمى خطابا .أما سمة الإسلامي

---

[1] **محمد عبد الله مكازي الجريبيع**، الخطاب الديني في الفضائيات العربية، دراسة في سوسيولوجيا التأثير على الشباب الأردني، رسالة دكتوراه **إشراف حلمي ساري**، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2009، ص18.

[2] **المرجع نفسه**، ص 127.

[3] **محمد عبد الله مكازي الجريبيع**، مرجع السابق، ص21

فالمقصود بها الخطاب الذي يعتمد مرجعية إسلامية في المخاطبة، ويراعي أساسيات الدين، ويرسم أولوية على أساس القيم والمبادئ الإسلامية الثلاثة المعروفة وهي :الحكمة، والموعظة الحسنة، والمجادلة بالتي هي أحسن .) [1](والجدير بالذكر أن الخطاب الإسلامي ليس هو الإسلام، وإنما هو تفسير وتأويل وتفاعل العقل المسلم مع الدين كرسالة سماوية.

2 منطلقات وآليات الخطاب الديني:

يتجلى التطابق في اعتماد نمطي للخطاب على عناصر أساسية ثابتة في بنية الخطاب الديني بشكل عام، عناصر أساسية غير قابلة للنقاش أو الحوار أو المساومة في القلب من هذه العناصر عنصران جوهريان هما :النص والحاكمية . وكما يتطابق نمطا الخطاب من حيث المنطلقات الفكرية، يتطابقان كذلك من حيث الآليات التي تعتمدان عليها في طرح المفاهيم، وفي إقناع الآخرين واكتساب الأنصار والأعوان .وتتعدد آليات الخطاب وتتنوع بتعدد وسائل طرح هذا الخطاب وأدواته، ومع ذلك فهناك جامع مشترك يمكن رصده وتحليله، خاصة إذا استبعد من مجال التحليل آليات الأداء الشفاهي، واقتصر التحليل على الآليات الذهنية والعقلية)[2] ، التي توجد في كل– أو معظم –وسائل هذا الخطاب وأدواته.

هذه الآليات يمكن لنا إجمالها فيما يلي:[3]

1–التوحيد بين الفكر والدين وإلغاء المسافة بين الذات والموضوع.

2–يفسر الظواهر بردها جميعا إلى مبدأ أو علة أولى تستوي في ذلك الظواهر الاجتماعية أو الطبيعية.

3–الاعتماد على سلطة (السلف)أو(التراث)، بعد تحويل النصوص التراثية– وهي نصوص ثانوية –إلى نصوص أولية تتمتع بقدر هائل من القداسة لا تقل– في كثير من الأحوال –عن النصوص الأصلية.

4–إلى قين الذهني والحسم الفكري (القطعي)، ورفض أي خلاف فكري – من ثم –إلا إذا كان في الفروع والتفاصيل دون الأسس والأصول.

[1] المرجع نفسه، ص 12.

[2] المرجع السابق، ص13.

[3] المرجع نفسه، ص14.

5–إهدار البعد التاريخي وتجاهله، ويتجلى هذا في البكاء على الماضي الجميل، يستوي في ذلك العصر الذهبي للخلافة الرشيدة، وعصر الخلافة التركية العثماني.

3- الخطاب الإسلامي في المنظور السياسي:

1.3 **الخطاب الإسلامي/التخلف والإرهاب** :ولا شك أن هناك خللا ما فيما يتصل بقضية الخطاب المعاصر في العالم الإسلامي، لا يمكن إنكاره ولا تجاهله، وأن هذا الخلل قد عبر عن نفسه بصورة مختلفة وصلت لاختزال الإسلام في الوقت الراهن في كلمتين هما(:(الإرهاب)و(التخلف)وصار ذلك عنوانا يتردد بقوة في الأدبيات المعاصرة في الشرق والغرب على السواء على كافة مستويات الخطاب المعاصر سياسيا كان هذا الخطاب، أو ثقافيا، أو إعلاميا، وقد ساهم بصوره المختلفة نتيجة لثورة الاتصالات والمعلومات في تثبيت هذا المفهوم بقوة وفاعلية غير مسبوقة، حتى أوشك أن يستقر ذلك المفهوم السلبي عن الإسلام كدين يولد الإرهاب ويكرس التخلف كصفة لازمة للإسلام وكعلامة تدمغ المسلمين.[1]

2.3 **الخطاب الإسلامي/السلطة والمعارضة** :ولما كان الإسلام بمثابة(أيديولوجيا)للسلطة والمعارضة في آن فقد عول المجددون جميعا عل تجديده وتطويعه لخدمة غايات سياسية في المحل الأول، وإذا ألح منظرو السلطة وفقهاؤها على منهجية(الثبات)، فقد تبنى مجددو المعارضة آلية(التحول)فكان الأوائل ينظرون لاستمرارية الأمر الواقع، بينما جنح الآخرون إلى العمل على ضرورة تغييره، وذلك عن طريق فتح باب الاجتهاد في التشريع— لا في العقيدة –على مصراعيه، تلك مقدمة لازمة وضرورية للاسترشاد بمقولاتها في دراسة ما ترى حاليا في الساحة من الدعوة إلى(تجديد الخطاب الديني)وهي دعوة قد تكون مجدية ومن ثم مشروعة، وإذا كانت تستهدف حقا تجديد هذا الخطاب، وليس تسخيره لخدمة أغراض سياسية طارئة وموقوتة.[2]

3.3 **الخطاب الإسلامي/المؤسسات الدينية التابعة للدولة** :وهناك فكر نمطي سلطوي ورسمي يتعلق بالمؤسسات الدينية التابعة للدولة، كالأزهر والزيتونة والقرويين وغيرها .وهو فكر تبريري تسويفي لسياسات الحكام .يدور في فلك تلك النظم .)[3](واتجاه آخر يرى نفسه المعبر الحقيقي عن الإسلام في صفائه، وهو الاتجاه الأصولي بتياراته المختلفة، ومعلوم أن هذا الاتجاه في نشأته وتطوره ظهر كرد فعل طبيعي لمفاسد السلطة وإيديولوجيتها الدينية الرسمية، كما

[1] **أحمد عرفات القاضي**، تجديد الخطاب الديني، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 2008، ص9.

[2] **محمود إسماعيل**، الخطاب الديني المعاصر بين التقليد والتجديد، القاهرة، 2009، ص15.

[3] **المرجع نفسه**، ص71.

صاغ أفكاره ومعتقداته المتطرفة، كالحاكمية والتكفير وادعاء امتلاك الحقيقة الدينية إلخ، من خلال المعطيات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية .ونظرا لما اتسم به هذا الاتجاه— بجميع تياراته –يجري توظيفه من قبل نظم دينية، وقوى أجنبية لتكريس التخلف، وتعويق المشروعات النهضوية، ومواجهة النظم والأفكار التقدمية المعارضة له . الأمر الذي أفضى إلى أحداث دامية وتشرذمات وصراعات متواصلة— كما هو الحال في الجزائر والسودان على سبيل المثال –كذا توجهها نحو معاداة الغرب في صورة أعادت مناخ(الحروب الصليبية)فاستثمرها، واتخذ منها ذريعة لسياساته المعادية وأطماعه المعلنة والمستمرة ضد الإسلام والمسلمين[1]

4.3 الخطاب الإسلامي/ومشروع العلماني :ولا خلاف على أن الدين— وليس الإسلام وحده –يجب أن يكون عنصرا أساسيا في أي مشروع للنهضة، والخلاف يتركز حول المقصود من الدين :هل المقصود الدين كما يطرح ويمارس بشكل أيديولوجي نفعي من جانب اليمين واليسار على السواء، أم الدين بعد تحليله وفهمه وتأويلا علميا ينفي عنه الأسطورة، ويستبقي ما فيه من قوة دافعة نحو التقدم والعدل والحرية؟ ويرى البعض أن العلمانية في جوهرها ليست سوى التأويل الحقيقي والفهم العلمي للدين، ولا ما يروج له من أنها

الإلحاد الذي يفصل الدين عن المجتمع والحياة .إن الخطاب الديني يخلط عن عمد وبوعي بين فصل الدولة عن الكنيسة، أي فصل السلطة السياسية عن الدين، وبين فصل الدين عن المجتمع والحياة .الفصل الأول ممكن وضروري وقد حققته أوروبا بالفعل، فخرجت من ظلام العصور الوسطى إلى رحاب العلم والتقدم والحرية، أما الفصل الثاني— فصل الدين عن المجتمع والحياة –فهو وهم يروج له الخطاب الديني في محاربته، وليكرس اتهامه لها بالإلحاد[2] (يبدو أن هذه النظرة يغلب عليها الميل إلى انتقاد الخطاب الديني بعنف، وتبني الطرح العلماني، تقدمه على أنه بديل يمكنه تحقيق النهضة والحداثة في المجتمعات العربية والإسلامية، لكنه يضمر في طياته رفضا قاطعا للخطاب الديني، ولا يرى فيه شريكا، ولعل الممارسة الفعلية لخطاب العلمانية قد أثبتت ذلك على مر السنوات، لذا لا يمكن اتهام الخطاب الديني وحده برفض الآخر المختلف فكريا وعقديا، وهنا يمكن القول أن الخطاب العلماني هو وجه آخر للأصولية لما يمارس من إقصاء و رفض لجميع الخطابات الدينية على اختلاف تصوراتها.

4 ماهية التربية الإعلامية:

[1] المرجع السابق، ص 74-75.

[2] **نصر حامد أبو زيد**، نقد الخطاب الديني، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط3، 2007، ص11.

1.4 التربية الإعلامية:

عرف مؤتمر التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية الذي انعقد سنة1999، التربية الإعلامية بأنها : "التربية التي تختص في التعامل معك لوسائل الإعلام الاتصالي وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة، والصوت والصورة الساكنة والمتحركة، والتي يتم تقديمها عن طريق أين وعمن أنواع التقنيات"..

والمقصود بالتربية الإعلامية :هو عملية تدريب الأفراد على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة لاسيما وسائط الإعلام الجديد، من خلال إكسابهم معلومات ومعارف ومهارات تساعدهم على الاستخدام المنظم لهذه الوسائط متفادين انعكاساتها السلبية.

2.4 أهمية التربية الإعلامية:

1-تتمثل أهمية التربية الإعلامية في تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي

يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام إدراكهم لها وتهيئتهم للمشاركة في صناعة الإعلام ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة.

2-تبرز أهمية التربية الإعلامية أكثر بفضل التغيرات التي أحدثها الإعلام الجديد في

المجال الاتصالي، إذ تتيح للأفراد المستخدمين القدرة على إنتاج مضامين إعلامية وبثها، بما يعبر عن وطنيتهم وثقافتهم وحضارتهم.

3- إن الوعي الإعلامي مهارة ترافق أبنائنا .طوال حياتهم وليست مادة دراسية ينساها الطالب بمجرد انتهاء الامتحان أو عندما يختار تخصصا علميا في مجا ل بعيد عنها.

على المستوى المحلي تعد التربية الإعلامية عاملا فعالا في نشر ثقافة الحوار في المجتمع، وتساعد المتعلم أن يكون ايجابيا يشارك بفعالية في تنمية مجتمعه وتقدمه وبنائه.([1])

3.4 أهداف التربية الإعلامية:

1-. **ليندة ضيف**، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد، مجلة المعيار، عدد 42، الجزائر، 2017، ص 445، ص 453.

حدد مؤتمر فيينا" التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية "أهداف التربية الإعلامية على النحو التالي:

-التعريف بمصادر النصوص الإعلامية و مقاصدها.

-فهم مضامين الرسالة الإعلامية وتفسيرها وتحديد القيم التي تحملها.

-تحليل ونقد المحتوى الإعلامي.

-اختيار وسائل الإعلام المناسبة للتعبير عن الرأي، وتوصيل الرسائل للجمهور المستهدف.

-التواصل مع الإعلام أو المطالبة بذلك بهدف التلقي والإنتاج.

4.4 التربية الإعلامية وشبكات التواصل الاجتماعي–موقع الفيسبوك–باعتبارها وسائل مروجة:

1- تساعد شبكات التواصل الاجتماعي مستخدميها على إيجاد الأصدقاء، لاسيما الذين يشاركونهم الاهتمامات العلمية.
2- يعد الفيسبوك أهم هذه الشبكات وهو يسمح للمستخدمين بالانضمام إلى مختلف الشبكات والمجموعات.
3- إنّ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى تجاوز الحدود السياسية والجغرافية وحتى الضوابط الأخلاقية.
4- نظرا للخصائص التي تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما الفيسبوك منها، فإنها لاقت رواجا كبير بين الأفراد، وصل بالبعض منهم إلى حد الإدمان، كل هذا يخلف العديد من الآثار السلبية. ([1])
5- من بين الانعكاسات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تضييع الوقت.
6- إنّ الاستخدام اللاّمحدود لشبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية([2]).

5 دور الشبكات الاجتماعية–الفيسبوك–في إثارة ومناقشة القضايا التي تهم الجمهور:

و تتجسّد بالأساس في الثلاثة عناصر التالية التفصيل:

1.5 دور الشبكات الاجتماعية في إثارة القضايا التي تهم الجمهور:

([1]). **عامر إبراهيم قنديلجي**، الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، طبعة1، سنة 2015، 66.

([2]). **الشريف حاتم بن عارف العوني**، فيسبوكيات: القسم الأول ، ط1، الرياض، مطابع الشبانات الدولية 2013، ص 12.

-**أولا** : ترتيب أولويات القضايا حيث ينبغي على مستخدمي هذه الشبكات أن يختاروا من بين القضايا العديدة التي يعيشها المجتمع تلك القضايا الأولية التي تأتي في قمة اهتمامات الجمهور، ثم يقوم من خلال تواصلهم بتوسيع نطاق هذه القضايا.

–**ثانيا**: إثارة قضايا حساسة لم تنشرها وسائل الإعلام الأخرى، فهناك الكثير من المشكلات والقضايا الموجودة في المجتمع و التي لم تتعرض لها وسائل الإعلام، إمّا لأنّها تتعارض مع سياسة الوسيلة أو لم تتمكن هذه الأخيرة من التوصل إلى خيوطها.

–**ثالثا** : طرح أفكار جديدة فكثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعية كان لهم الفضل في تقديم أفكار جديدة لم تكن موجودة من قبل حيث يثير اختلاف وجهات النظر حول مدى شرعيتها وأهميتها للمجتمع إلى أن تكون رأي عام حيالها.

2.5 دور الشبكات الاجتماعية في مناقشة القضايا التي تهم الجمهور:

يتحدد الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية حيال أهمية المناقشة عملية توجيه الرأي العام في خمسة أبعاد"[1] :

–البعد الأول: إمداد الجمهور بالمعلومات اللازمة

إن الدور المتفاقم للشبكات الاجتماعية بشكل عام ينبغي أن ينصب في إمداد الجماهير بالمعلومات والآراء والأفكار والحقائق والبيانات والإحصائيات التي تمثل المادة الخام للرأي العام "[2].

–البعد الثاني: الكشف عن الحقائق وتقديمها بصورة متكاملة

يمكن للشبكات الاجتماعية نشر الحقيقة من خلال:

–تقديم الشواهد والأدلة التي تبرهن على صحة المعلومات والآراء المقدمة والتي تعتبر بمثابة وثائق تساعد الفرد على تكوين رأيه.

[1]. **حارص صابر**، اشكاليات الإعلام في التأثير على الرأي العام، ، العربي للنشر والتوزيع، ط1 ،القاهرة، ص19 .

[2]. **إمام إبراهيم**، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، ط1 ، القاهرة،1996 ، ص25 .

-تستطيع الشبكات الاجتماعية أن تعمل كقوة مضادة في مواقف تحاول فيها السلطات القائمة أن تشوه المعلومات والحقائق[1].

البعد الثالث: استخلاص المفيد من المادة الإعلانية: ويتحدد ذلك بطريقتين:

-الطريقة الأولى : إعادة عرض ما تقوله وسائل الاتصال عن القضية المثارة بشكل بسيط[2].

– الطريقة الثانية : تحليل المعلومات التي تنشرها كافة وسائل الاتصال[3].

البعد الرابع: عرض الإنتاج المعرفي المتعلق بالقضية

حيث يمكن لمستخدمي الشبكات الاجتماعية تلخيص ما نشر قديما وحديثا وله علاقة وثيقة بالقضية المطروحة للنقاش، ولا تتوقف الشبكات الاجتماعية عند العرض بل يسعى مستخدموها إلى تقييم هذه الأعمال والتعليق عليها أو إبداء ملاحظات[4].

البعد الخامس: الارتقاء بالمستوى الفكري للجماهير:

إن حدود المعرفة لدى الجماهير تحكمها معارفهم وخبراتهم، " إن مستوى هذه الجماهير يرتفع وينخفض وفقا لهذه المعارف، وترتبط المناقشة المستمرة ارتباطا وثيقا بالمستوى الفكري للجماهير "[5].

6 دراسة اثنوغرافية حول دور تقنيات الخطاب الديني في تعزيز التربية الإعلامية عبر موقع الفيسبوك صفحة "الطريق إلى الجنة نموذجا" :

و لتحليل موضوع بحثنا هذا والمشار إليه سابقا، ارتأينا كفريق بحث إجراء دراسة اثنوغرافية[6] لقياس حجم التأثير الذي يلعبه استخدام الخطاب الديني للتقنيات المتوفرة عبر الفيسبوك بصفحة "الطريق إلى الجنة" في التوعية والإرشاد وبتعزيز

1 .**إمام إبراهيم**، مرجع سبق ذكره ص 25 – 26.

2. **خالد سليم**، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر،2005 ، ص 40.

3. **إمام إبراهيم**، مرجع سبق ذكره ص 27.

4. **عقيق عواشة**، الرأي العام بين الدعاية والإعلام، الجامعة المفتوحة، ط2 ، 1998، ص 6.

5. **خالد سليم**، مرجع سبق ذكره، ص 45.

6. جيامبيترو جوبو، ترجمة لمحمد رشدي و مراجعة أحمد زايد، إجراء البحث الاثنوغرافي، المركز القومي للترجمة، الطبعة الأولى، مصر،2014،ص 21.

التربية الإعلامية لمختلف الجماهير من خلال معايشتنا عبر العلاقة الاجتماعية التي تربطنا كفريق بحث بهذه التي تنشط عبر ولاية قسنطينة، و التي تعتمد بالأساس في جلّ حملاتها و نشاطاتها على الإعلانات الالكترونية عبر موقع الفيسبوك لاستقطاب الجماهير العريضة، حيث كان " الفيسبوك " بذلك سببا رئيسيا في نشاطها الاجتماعي و تمكّنها من نيل اعتمادها كأحد أهم الجمعيات الناشطة في المجتمع المدني الجواري لمدينة قسنطينة، و قد انتهجنا كباحثين اختيار هذه الجمعية "كعيّنة قصدية " لبحثنا هذا و قمنا برصد بيانات التحليل من خلال الملاحظة بالمشاركة أي بتواصلنا مباشرة و مشاركتنا كأفراد جزء من الجمعية عبر صفحتهم الرسمية على موقع الفيسبوك باعتبارنا منضويين بها سابقا ، بالإضافة إلى إجراء مقابلات مقننة مع أبرز الناشطين بها لمعرفة عن كثب حيثيات استراتيجيات العمل الإعلاني الالكتروني المنتهجة من قبلهم عبر الواقع الافتراضي و إسقاطها على المنظومة المجتمعية المحليّة و حجم التحول الكبير الذي أضفته مواقع الاتصال الاجتماعي، بدون أن ننسى كذلك اعتمدنا على تحليل مختلف الوثائق ذات الصّلة بمختلف الرسائل الإعلانية الالكترونية المروّجة للنشاطات الخيرية و الإنسانية و ذات التأثير الاجتماعي عبر البيئة المجتمعية الموجودة بها.

المنهج الاثنوغرافي:

6-1 تعريف الاثنوغرافي: ويقصد بها وصف جماعة ما ، بمعنى محاولة الإجابة عن أسئلة تتعلق بحياة الجماعة أو الافراد وهي بذلك تربط بين الثقافة والسلوك الإنساني عبر فترة زمنية معينة وتركز على معارف تفصيلية حول حقائق الحياة الاجتماعية من خلال عدد صغير من الحالات يدرسها الباحث بمعايشة الجماعة.

6-2 تعريف البحث الاثنوغرافي: يعرف البحث الاثنوغرافي بأنه طريقة أو أداة لفهم أساليب وطرق مجتمع ما في الحياة اليومية، وذلك من خلال معرفة الأفكار أعضائه ومعتقداتهم وقيمهم وسلوكياتهم، وما يصنعوه من أشياء وكيف يتعاملون معها ويتم ذلك عن طريق الملاحظة في الوضع الطبيعية لحياتهم.

يعتمد البحث الاثنوغرافي على الوصف والتحليل باستخدام الكلمة والعبارة عوضا عن الأرقام والجداول الإحصائية، وتتركز أهميته في كونه يقدم لنا وصفا مكثفا للظاهرة محل الدراسة، وكما و يسعى البحث الاثنوغرافي إلى الكشف عن غير المتوقع أو " المستور" من خلال دراسة الظاهرة، اعتمادا على مشاركة الباحث المتعمقة لمجتمع البحث أو الدراسة، ولكونه الأداة الأساسية والرئيسية في جمع المعلومات ، تصنيفها وتحليلها.

كما يقوم على مفهوم مشاركة أو إشراك المبحوثين بطريقة مباشرة في الدراسة وتقديم وجهة نظرهم بصورة شمولية وفاعلية، فليست مجريات البحث وأسئلة مشتقة من رؤية الباحث وخلفيته الثقافية والفكرية، بل على العكس من ذلك المتوقع من الباحث الاثنوغرافي أن يكون قادما إلى حقل الدراسة بعقلية ثقافية ومعرفية مفتوحة، وتنصب مهمته في معايشته مجتمع الدراسة بصورة متكاملة(عن طريق الملاحظة بالمشاركة) ويبحث ويتولى نقل ووصف ما يشاهده وسمعه من خلال تسجيله للملاحظات والآراء والأفكار والمقترحات والرؤى من داخل ميدان الدراسة.

6–3 خصائص البحث الاثنوغرافي:

تتطلب الأبحاث الاثنوغرافية آليات معينة كتدوين المشاهدات والملاحظات وإجراء أو استخدام المقابلات العميقة مع المبحوثين من أجل جمع البيانات.

و تتم عملية جمع المعلومات وتحليلها في المنهج الاثنوغرافي بشكل مختلف عنها في البحوث الكمية، ففي الغالب تمر عبر أربعة مراحل متداخلة وغير منفصلة عن بعضها البعض وبشكل تكاملي، حيث يتم جمع المعلومات في المرحلة الأولى ومن ثم تنظيم المعلومات وتصنيفها في المرحلة الثانية، ثم مرحلة عرض المعلومات، اختصارها وتقديمها على شكل مصفوفات وأفكار محورية، والمرحلة الأخيرة تتصل بعملية استخلاص النتائج وعرضها والتأكد من تطابقها. وضمن إطار المرونة التي يتيحها المنهج الاثنوغرافي للباحث إمكانية تغيير خطة الدراسة وتصميمها بل وتغيير أسئلتها ربط البيانات والوقائع بالمفاهيم واستخلاص النظريات والمعارف من الميدان ربط النتائج المستمدة من دراسة مجموعات معينة في سياق أكبر.

ويقوم المنهج الاثنوغرافي على مجموعة من الخطوات" : اختيار الحالة أو الظاهرة محل الدراسة ، طرح الأسئلة ، جمع البيانات ، عمل سجّل للبحث الاثنوغرافي ، تحليل البيانات، كتابة التقرير النهائي.

6–4 كيفية تطبيق المنهج الاثنوغرافي في دراسات الجمهور:

عندما نتحدث عن المنهج الاثنوغرافي فإننا نقصد مجمل المناهج التجريبية التي بواسطتها يقيم الإثنولوجي في حالة البحث الميداني ، العلاقة ذات المردود العلمي الأكثر بينه و بين ميدانه[1].

و يتضمن مفهوم البحث الميداني الاثنوغرافي فكرة البحث الميداني المباشر الذي يقوم به الإثنولوجي في سياق علاقة معايشة في الميدان، فالبحث الاثنوغرافي إذا هو بحث اجتماعي يتميز بالانخراط العميق للباحث في حياة الناس لفترة

من الزمن يراقب ما يحدث و يسمع ما يقال، يسأل الأسئلة و يجمع ما يمكن من البيانات بهدف تسليط الضوء على قضايا محورية في البحث.

يتضمن المنهج الاثنوغرافي جمعا مكثفا للبيانات أي جمع البيانات عن العديد من المتغيرات على فترة زمنية معينة محددة وفي وضع طبيعي ويقصد بمصطلح الوضع الطبيعي أن متغيرات البحث يجري استقصاؤها في الموقع الذي تحدث فيه بشكل طبيعي وأثناء حدوثها وليس في بيئة وضعها الباحث في ظروف شديدة الضبط و عند القيام بدراسة اثنوغرافية حول جمهور الانترنيت فإن الباحث يقع في حدود البحث الكيفي السوسيولوجي لمجرد الفهم و بث البحث الإجرائي، كون الفهم و المشاركة في التغيير نحو الأفضل، و بالتالي فإنه يختلف في المنهجية و الأهداف عن الأبحاث الكمية.

يقوم الباحث الاثنوغرافي عند دراسة جمهور الانترنيت أو جمهور الواب بمعايشتهم و هذا لفترة من الزمن، وهذا بهدف توضيح أنماط وكيفيات استخدام الافراد لشبكة الانترنيت وتفسير سلوكياتهم و المعتقدات و الاتجاهات و التمثلات الثقافية و الإدراك و الدوافع الخاصة بالأفراد و كذلك التأويلات والتفسيرات المختلفة التي يعطيها الافراد عند استخدامهم لها، ولدراسة جمهور الانترنيت لابد أن يعتمد الباحث على مجموعة من الأدوات الخاصة بجمع البيانات والتي من أهمها:

أ- **الملاحظة** :تعتمد تقنية الملاحظة على تسجيلات للقطات أحيانا حول محادثات مناسباتية وغير رسمية، فالملاحظة تستعمل في حالات معينة خاصة المواضيع السلوكية، حيث تهتم بالإجابة على السؤال كيف؟ لتقدم تفسيرا للسلوك في بعده الكيفي[2] .

و يمكن أن تكون مباشرة أو غير مباشرة من أجل تقليل تأثير الملاحظ حول سلوك المستخدم والملاحظة مستعملة عادة في الدراسات الاثنوغرافية كتقنية أساسية من تقنيات البحث من أجل ملاحظة القواعد الثقافية الخاصة باستعمال كافة وسائل الإعلام بما فيها إذاعة، تلفزيون وانترنيت لمعرفة كيف يتحدث الناس عن استعمالهم لها و معرفة التفاعل الحاصل بين الوسيلة إعلامية و المتلقي لمضامينها و محتوياتها أو الجمهور.

تعد الملاحظة تقنية أساسية و مباشرة للتقصي عن معلومات بصفة مباشرة حول جمهور المستمعين و ذلك بهدف أخذ معلومات كيفية من أجل فهم المواقف و السلوكيات، كما يمكن للملاحظة أن تكون في عين المكان و تأخذ أشكالا عديدة " الملاحظة بالمشاركة أو من دون مشاركة، الملاحظة المستترة أو المكشوفة" ، ويتم ملاحظة جمهور الواب في العديد من الفضاءات و المواقع الافتراضية.

ب–المقابلة : والأداة الثانية التي يمكن استخدامها أيضا لدراسة جمهور الانترنيت هي المقابلة العلمية لما تحظى به من مزايا في إمكانية التعرف على المشاعر و الآراء في وضعية ما أو مشكلة ما أو سلوك ما ...الخ و المقابلات مهمة و مواتية في الدراسات الاثنوغرافية خصوصا لمعرفة كيف أن الناس يدركون أو يتمثلون مشكلة أو سلوكا لفهم مسببات إعلامية (الدوافع و الأطر المفاهيمية التي تحدد السلوك) و لدراسة جمهور المستمعين إثنوغرافيا فإن المقابلة تقنية مباشرة تستعمل من أجل مساءلة الأفراد بكيفية منعزلة لكن أيضا مساءلة جمالية بطريقة نصف موجهة تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف العميق على الأشخاص المبحوثين.

أ– **السيرة التاريخية أو سيرة الحياة** وهي من الطرق التي يستخدمها الأنثروبولوجيون أثناء الدراسة الميدانية:

–وهي مبنية على تدوين أهم الأحداث التي تمر في حياة بعض أفراد مجتمع الدراسة. حيث يطلب الباحث من الفرد المعني أن يقص عليه تاريخ حياته منذ أن كان طفلاً صغيراً حتى تاريخ الحديث أو اللقاء.

–يجب على الباحث هنا أن يبني صلة طيبة مع الفرد المعني حتى تتوثق العلاقة، ويفضي الفرد المعني بمعلومات معتمدة وصادقة يمكن الاعتماد عليها. هذه الطريقة جيدة. واجتماعية وتعطي للفرد المعني نوعاً من الأهمية، ولكنها في نفس الوقت لا تخلو ن صعوبات منها: صعوبة تذكر الأحداث القديمة وإمكانية الإدلاء بمعلومات كاذبة.

–هنا يتمكن الباحث من التأكد من صحة المعلومات من خلال دراسة سيرة أكثر من فرد، ومقارنة معلوماتهم والأخذ بالمعلومات التي يتفقون عليها.

–هذه الطريقة تفيد الباحث في الحصول على كثير من المعلومات الاثنوغرافية الثقافية، على الأخص إذا كان الفرد المعني، ذا مركز هام في المجتمع، سواء كان ذلك المركز سياسي أو اقتصادي أو عقائدي.

–يتمكن الباحث من أن يعزز صدقية معلوماته كذلك بدراسة تاريخ حياة الأسرة. حيث يجمع معلومات من عدة أشخاص ينتمون إلى أسرة واحدة وأن يكون سرد تاريخ الحياة بطريقة تلقائية بعيدة عن التكلف أو الانفعال.

–هذه الطريقة مفيدة وفعّالة لدى الأنثروبولوجيين الذين يهتمون بدراسة الثقافة والشخصية، أو الذين يهتمون بما يسمى بالأنثروبولوجيه النفسية.

أ- **تحليل الوثائق**:

و تتمثل بالأساس في كل تلك الكتابات التي تقدّم دليلا أو إثباتا يفيد كمعطيات ، ثمّ توسّعت لتشمل كل منظومة مؤسساتية تسمح بالكشف عن شهادة أو دليل مساعد في البحث العلمي و أصبح بذلك " التحري العلمي " أحد أبرز تلك الإجراءات المنهجية العلمية و المفيدة في تقصي الحقائق و تجميع البيانات لما تمثّله من إنتاج حسّي ، يكفل للدارسين التحكّم الأمثل في مجريات البحث، و أطر تحليل محتوياتها بما يساهم في تمكينهم من الاضطّلاع على حقائق علمية جديدة.

و قد شكّل استخدامنا كفريق بحث بشكل كبير على عدد من الوثائق المحصّل عليها ، من خلال عرض و تحليل ما تناولته تلك الوثائق المجمّعة تحليلا معمّقا من مضامين إعلامية مقترنة بأكثر الصفحات تداولا عبر شبكة الانترنت حيث اخترنا كعينة بحث قصدية موقع " الفيسبوك " للتواصل الاجتماعي و بالتحديد صفحة "الطريق غلى الجنة" حيث استقينا منها أبرز المنشورات الالكترونية و مدى أهميتها في الترويج للخطاب الديني ودعم التربية الإعلامية من خلاله عبر الفضاء الأزرق و الذي أصبح أحد الفضاءات الأكثر استقطابا للجزائريين حاليا عبر العالم الافتراضي.

ب- تحليل المضمون :

يعد أداة من أدوات جمع البيانات، " و هو أسلوب بحث لوضع وصف كمي، منتظم، ظاهر للمضمون أو المحتوى"[1].

- خصائص تحليل المضمون :

" **موضوعي،منتظم، كمي،ظاهر** "[2].

7 دراسة اثنوغرافية عبر الفيسبوك للصفحة الدينية " الطريق إلى الجنة ":

[1]. أحمد بدر،الاتصال الجماهيري بين الإعلان و الدعاية و التنمية، وكالة المطبوعات، الطبعة الأولى، الكويت، 1982،ص32.

[2]. على عجوة العلاقات العامة و الصورة الذهنية، عالم الكتب، الطبعة الثالثة، القاهرة، 1999، ص150.

7–1 وصف صفحة "الطريق إلى الجنة" على موقع الفيسبوك: أنشئت في 25 جويلية 2015 21:53

البيان	تحليل المضمون
العنوان الالكتروني	/https://web.facebook.com/atarikilaeljana اللغة: العربية الكلمات الدلالية: **أصحاب الجنة هم الفائزون**
الخلفية	الموضع: أعلى الصفحة المحتوى: صورة لمنظر طبيعي يجسد السماء الزرقاء واخضرار الأرض، متضمن لعبارة بين حاضنتين أصحاب الجنة هم الفائزون اللغة: العربية الكلمات الدلالية: الجنة، أصحاب الجنة، العمل الصالح. لون الخلفية:لون أزرق وأخضر، لون الخط أسود عدد المعجبين: 1340 المشاركات: 575 التعليقات: 123 تاريخ الإنشاء: 26.01.2018 تاريخ المشاهدة: السبت 13.03.2019
صورة التعريف	الموضع: أسفل يمين الخلفية المحتوى: اسم الصفحة الطريق إلى الجنة. اللغة: العربية. الكلمات الدلالية: **الطريق إلى الجنة** لون الخلفية : البرتقالي، الأزرق، الأخضر ألوان متناسقة لمنظر سلم نحو السماء لون الكتابة الأبيض يدل الأمان والاستمرارية عدد المعجبين: 3197 المشاركين: 651

	التعليقات : 282 الوضع تاريخ : 26.01.2018الساعة 10.48 تاريخ المشاهدة : السبت 07 /2017/05
الجانب الأيمن من الصفحة	المحتوى: معلومات عامة عن الصفحة، عدد المعجبين 3430526، عدد المشتركين الدائمين 3955241، الزوار 2169 زائر للصفحة . اللغة: العربية. الكلمات الدلإلىة: الهاتف 0613903631 ، البريد الالكتروني : abdoubaiya88.simplesite.com ، الموقع الالكترونيhttps://web.facebook.com/atarikilaeljana/ Mentions j'aime, visite, avis, videos, photos, Pages aimé par cette page , applications, a propos, تاريخ المشاهدة : الأربعاء 13 /2019/03
وسط الصفحة	المحتوى: بترتيب زمني آخر موضوعات الصفحة اللغة: العربية الكلمات الدلإلىة، **أدعية، نصائح**.... الوسائل المساعدة: صور فوتوغرافية، صور خلفيات، فيديوهات الساعة : 21:06 تاريخ المشاهدة : الأربعاء 13 /2019/03

الجانب الأيسر من الصفحة:	المحتوى: جانب مخصص لموقع الفيس بوك إشهار، ألعاب، أصدقاء المتصفح. اللغة المستعملة: الفرنسية، الانجليزية. الكلمات الدّلالة : vos jeux, sponsorisé,inscription . newsletter, TripAdvisor Reviews,photos ,avis, mention j'aime, vidéos ,évènement,Réserver en ligne الساعة: 21:06 تاريخ المشاهدة : الأربعاء 13 /2019/03

كما سبق وأشرنا سالفا فقد اخترنا كفريق بحث تناول المنهج الاثنوغرافي و ما له من مميزات لتناول موضوع دراستنا و المتعلق بدراسة الأثر الذي ينجّر عنه استخدام مضامين صفحة "الطريق إلى الجنة" المدعمة للخطاب الديني الذي يهدف للترويج لنشر ثقافة التربية الإعلامية بالتوجيه والارشاد كتحول اجتماعي بارز يعيشه المجتمع حاليا، فقد ارتأينا تسليط الضوء أكثر على منشورات " صفحة الطريق إلى الجنة عبر الفيسبوك " و التي تعدّ من أحد الصفحات المهمّة التي تنشط بموقع الفيسبوك، ضف إليه تلك العلاقة المحترمة التي تربطنا مع مجموعة من أبرز مسيري الصفحة " des admins " و هذا لمدة تقارب الأربعة سنوات، ومنه وبحكم العلاقات الإنسانية المسبقة مع هؤلاء و اضطلاعنا على أبرز نشاطات الصفحة من خلال منشوراتها بأشكالها المختلفة(نص وصورة وصوت) ، وضعنا كل ذلك أمام ضرورة البحث و الغوص أكثر حول تقصي الأثر الذي يتركه الخطاب الديني المستخدم لتقنيات متعددة ساعدته عبر موقع الفيسبوك وبالتحديد في استقطاب الشباب بالتوجيه والتوعية لمضامين الخطاب الديني وكيف تروج نحو الاستخدام الفعال لهذه التكنولوجيات الجديدة التي تبث مضامين منافية للقيم المجتمعية وذات مصادر مجهولة مروجة هي الأخرى لثقافة العولمة الغربية، و للوصول إلى هدفنا الأكاديمي بتحليل مختلف الوثائق و المنشورات الالكترونية التي يتمّ تداولها من طرف مسيري الصفحة عبر الفيسبوك بالاعتماد أساسا على تفاعلاتنا في إطار العلاقات الإنسانية التي تربطنا بأبرز أعضاء هذه الصفحة–الطريق إلى الجنة– ، و التي ساعدتنا كذلك في تحديد أطر قياس آراء و حجم تفاعلات الجمهور المعلن إليه و الذي يقدّر ب 3431765 في حين يقدر عدد المتصفحين الدائمين ب3956832 متحصلة بهذا على أربعة نجوم ونص نجمة ، وهذا عبر الفترة الممتدة من 01 فيفري 2019 إلى غاية 14 مارس 2019 أي دراسة حالية متوافقة مع المنهج المستخدم.

7-2 ملاحظات بالمعايشة من خلال التفاعلات مع الأفراد المنضوين أو مع مسيري إدارة الصفحة عبر موقع الفيسبوك :

كما سبق و أشرنا من قبل و باعتبار طابع العلاقات الإنسانية المبنية على التقدير والاحترام في حدود ما يسمح به ديننا الحنيف والتي تربطنا بهذه الصفحة من خلال موقع الفيسبوك، فقد لاحظنا بأنّ لعلاقات الصداقة التي تجمع أفرادها المؤسسين هي التي ساهمت في وضع اللّبنة الأولى لها حيث تغلب عليها فئة الشباب و الذي لا يتجاوز أغلبهم الـ 35 سنة من العمر، هذا التقارب العمري ألقى بظلاله و ساهم على حجم التفاهم و التوازن المنظّم للخطاب الديني بها الذي يعمل على دفع ثقافة التربية الإعلامية نحو الممارسة الفعلية من خلال التوجيه والارشاد ، ناهيك على أنّه و كما هو معلوم علميا فانّ نسبة الشباب هم الأكثر استخداما لتكنولوجيات الاتصال الحديثة، و الأكثر اطلاعا على محتويات الشبكة العنكبوتية و التي تترجم في الأكثر تأثرا بما يتمّ تناقله عبرها لهذا كان نشر منشورات متعلقة بطرق الممارسات لهذه الوسائل التقنية من بين وظائفها، فالتحول التكنولوجي الاجتماعي لوسائل الإعلام و الاتصال الجديدة، ترك بصمة مميزة في المجال الديني بهذه الصفحة والتي تتواجد و بقوة للسّنة الرابعة فقط مقارنة إذا ما قرنّاها مثلا ب " صفحة اقرأ الدينية "، فوجودها الفعّال تمكّن من أن يترك أثرا بارزا سواء من خلال أولائك المنضوين عبرها أو المتصفحين فقط، فقد لاحظنا كفريق بحث مدى التجاوب الكبير للجمهور المعلن إليه و النابع عن مدى " المصداقية " و " القوة" التي تتميز بها الرسائل الإعلامية " وفقط " في حشد الدعم و جمع الأعضاء المنضوين بالصفحة وغيرهم نحو كل ما هو عمل يشجع على بعث أخلاق الدين الإسلامي في الشباب والتأكيد على نشر ثقافة التربية الإعلامية، من خلال متابعتنا للصفحة لمدى توجيهها وإرشادها للشباب لاحظنا انّه هناك منهم من لا يعرف الآخر ومن مناطق متفرقة بالجزائر أو الوطن العربي وهو ما يدلّ عن مدى الاستجابة للمنشورات المدرجة بالصفحة عبر شبكة الفيسبوك حيث أنّ المعلومة المتلقاة تنبع من الفضاء الافتراضي لتتجسّد على أرض الواقع كسلوك ايجابي مجسد للقيم الاسلامية من وجهة وما تدعو إليه التربية الإعلامية من جهة أخرى من وعي باستخدام وسائل الإعلام و هو أبرز تحوّل اجتماعي تمّ ملاحظته على هذه الصفحة و التي إن لم نقل بنسبة 100 % ، فانّ أغلب ما يميّز منشوراتها و تفاعلات أعضاءها الناشطين في كونها تنمي تعارفهم و انسجامهم مع بعضهم البعض لما يتلقونه من رسائل إعلامية تربطهم و ذات مصداقية عالية في تأطيرهم للعمل الخيري وكذا مسؤولياتهم ونحو مجتمعهم وأسرهم كدليل على ما تركته وسائل الإعلام و الاتصال الحديثة من تحوّل بارز في العلاقات الإنسانية بين البشر و مساهمتها في تأطير مجال الخطاب الديني عبر الشبكات الاجتماعية والذي ينعكس كممارسات بأرض الواقع، عكس ما كان قبل هذه الطفرة الهائلة في مجال وسائل الإعلام و الاتصال و طريقة عمل " الحصص التلفزيونية والإذاعية " على سبيل المثال.

7–3 منشورات صفحة "طريق الجنة" عبر موقع الفيسبوك (1):







(1).https://web.facebook.com/atarikilaeljana/ connecté le 10 mars 2019 à 01:15h.

أقوال السلف الصالح
ما أغلق الله على عبد
بابا بحكمته
إلا فتح له بابين برحمته
وإذا منع الله عنك شيئاً
تريده و تحبه
فتح لك بحكمته و رحمته
أبوابا أخرى هي أنفع لك
فلا تحزن و لا تيأس و كن موقناً
لحكمة الله و عدله و رحمته
ABDULRAZZAQ



و من خلال عرض لما سبق من منشورات بأشكال مختلفة عبر صفحة "الطريق إلى الجنة" عبر الفيسبوك ، و بفحص سريع لنا كفريق بحث مستعينين بأداة الملاحظة بنوعها البسيط لتفكيك مضامين تلك الرسائل نلاحظ أنّ أغلب النصوص ، تحمل في طيّاتها استمالات عاطفية وعقلية أكثر من تخويفية و النابع بطبيعة الحال من طبيعة الخطاب الديني الهادف لتحقيق أكبر تأثير سلوكي ممكن فجل الرسائل الإعلامية يغلب عليها لغويا طابع البساطة في الطرح و حتى إدراج بعض الكلمات " بالعامية " لتحقيق سهولة في الفهم و أكثر استيعاب لدى المتلقي و تأثير مباشر في نفسيته يدفعه بالتالي لانتهاج سلوك معيّن إمّا بالانضواء كعضو أو المساهمة في نشاطات وسلوكات يومية بتحقيق أكبر صدى ممكن و لما لا نشر ثقافة التربية الإعلامية الذي يتجلّى ذلك بارزا في التمكن من مهارات القراءة والنقد والمشاركة بالتحليل والرد على المنشورات واختيار ما يناسب وإعادة نشرها على صفحتهم الشخصية ومشاركتها مع أصدقائهم بوعي ديني وأخلاقي نحو المضمون من جهة وكيفية التمكن من تقنيات النشر والتعليق ، كذلك المساهمة بجلب معلومات جديدة أثناء التعليق على المنشورات دون الخروج عن السياق العام المتعلق بالمنشور في حد ذاته ما يوحي بحسن الارشاد والتوجيه الفعال للتربية الإعلامية، وكلها تصب في خانة تحقيق الدعم الاجتماعي و التساند بين مختلف فئاته عبر شبكة الفيسبوك في المجال الديني، ضف إلى كل ما سبق النمط الاستمراري المنتهج من تدفق منظّم للمنشورات بحيث نجد كل يوم منشورا ت الكترونية على الصفحة جديدة هادفة للشباب من خلال صور فيديوهات رسائل قصيرة وفق استراتيجيات عمل منظّمة من قبل إدارة الصفحة معتمدين في ذلك على التحلي

بالأخلاق في التواصل و التزويد الدقيق بالمعلومات لتقريب جميع متلقي هذه الرسائل حسب ما تمّ ملاحظته من خلال عمل المكلف بإدارة الصفحة عبر الفيسبوك مستغلا بذلك المميزات التي تفرضها طبيعة الفضاء الأزرق " الفيسبوك " بالأساس و ما لها من أطر انسيابية فعّالة لدى المتلقي، ناهيك عن التواجد المستمر الذي فرضته الحتمية التكنولوجية للمجتمع الجزائري و ارتباطه بموقع الفيسبوك كتحول اجتماعي جديد لم يكن يشهده المجتمع من قبل، إن أخذنا بعين الاعتبار انحصار الخطاب الديني سابقا في صورة " خطب الجمعة والدروس عبر وسائل الإعلام التقليدية" و تلك الصورة النمطية التي كانت بين قوسين لدى عموم المجتمع على حدّ سواء في أنها الخطاب الديني أقرب إلى السلفية والسنة وتلاميذ الاطوار الدراسية أو مرتادي المساجد أي أنّ هذا التحول الاجتماعي لفضاء الفيسبوك ساهم في تعزيز ونشر أسس ومبادئ الدين الاسلامي بشكل كبير وفي كل وقت ولكل الفئات دون مكان او موعد محدد

الوحدة	الرقم	المضمون	تكرار فئة المضمون			اتجاه فئة المضمون
			الإعجاب	المشاركة بتعليق	إعادة النشر	
2019/03/12	01	إذا أتعبتك الحياة لا تيأس فربما يشتاق الله لسماع صوتك وأن تدعوه	867	107	457	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	02	النفس الطيبة لا يملكها إلا الشخص الطيب والسيرة الطيبة من أجمل ما يتركه الإنسان في قلوب الآخرين	493	27	339	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	03	محتوى نفس السياق	941	70	435	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	04	دعاء بالرحمة لموتى المسلمين	426	24	198	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	05	حكمة عن حسن التعامل	86	22	65	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	06	دعاء للأصدقاء والأهل والأقارب	75	175	47	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	07	عن التسامح	67	4	656	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	08	دعاء لرسول الله	2138	352	1490	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	09	دعاء لتيسير الأمور	52	7	27	اتجاه ايجابي (موافق)

2019/03/12	10	تذكير بأداء صلاة الفجر	81	40	35	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	11	دعوة للرحمة بين الناس	41	13	17	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	12	احترام الصغير ووقار الكبير	983	49	724	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	13	الدعوة للايخاء	75	19	70	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	14	دعاء للوالدين	361	64	176	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	15	طريقة أداء الصلاة	316	28	46	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	16	نصيحة عن وفاء الأصدقاء وكتمان السر	488	99	219	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	17	لا تدخل في معارك مع أرحامك وأقاربك فهذه المعارك المنتصر فيها مهزوم ثم يتوارث هذه الهزيمة والأخطاء الأبناء لذلك أحسن إليهم	3525	116	3467	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	18	حكمة	1745	1050	539	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	19	دعاء	260	25	158	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	20	عن الصبر	31	7	29	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	21	عن الخسارة	13	1	14	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	22	دعاء عن صباح الخير	19	1	7	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	23	دعاء عن صباح الخير	18	4	12	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	24	دعاء للوالدين ولموتى المسلمين	506	168	233	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	25	ربي اشرح لي صدري ويسر لي أمري واحلل عقدة من لساني يفقه قولي	1036	372	737	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	26	الصلاة على محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم	511	202	270	اتجاه ايجابي (موافق)

2019/03/12	27	دعاء الفجر	368	155	104	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	28	دعاء للأم	816	111	421	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	29	نصيحة للتعامل مع الناس	505	16	307	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	30	تذكير بأن الله يتولى أمر المسلم	30	04	14	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	31	دعاء الفرج من الكرب	58	08	31	اتجاه ايجابي (موافق)
2019/03/12	32	دعاء للاستغفار	32	01	25	اتجاه ايجابي (موافق)

وبأسلوب يعمل على الترغيب فيه لا الترهيب خاصة لدى الشباب ، فقد أخذ بذلك الخطاب الديني شكلا رقميا جديدا أكثر استقطابا وفاعلية من السابق حيث كان منحصرا في ما مضى وجوده على مؤسسات مجتمعية محدّدة دون سواها و تحدوه المسافات الجغرافية، فصار بذلك المجتمع هو بذاته المصدر و المنظم للخطاب الديني والإنساني في آن واحد و على نفس الإيقاع التبادلي و التفاعلي لأطراف العملية الاتصالية وفي نفس الوقت مشجع على دعم ثقافة التربية الإعلامية.

7-4 تحليل تفاعلات الجمهور المتلقي للخطاب الديني من خلال التقنيات المتوفرة عبر صفحة الفيسبوك:

رصدنا كفريق بحث من خلال صفحة " الطريق إلى الجنة " عبر موقع الفيسبوك مجموعة من تفاعلات الجمهور المعلن إليه و كافة مشاركاتهم و آرائهم في المنشورات المدرجة عبر الصفحة و التي جاءت نتائجها من خلال المشاركة بتعليقات أو إعادة نشر لمحتوى الخطاب الديني أو إبداء الإعجاب والتي سنعرضها في البدء عن كل منشور لعينة من يوم 12 مارس 2019 عشوائية في جدول مستقل لإبراز مدى التفاعل والاستمرارية في العمل على نجاح الخطاب الديني بمختلف الأشكال والتقنيات عبر الفيسبوك بالصفحة. وبعدها في جدول آخر عن عدد المنشورات في كل يوم لشهر فيفري ومارس إلى غاية 14 مارس 2019 وكالآتي[1]:

(1).https://web.facebook.com/atarikilaeljana/ connecté le 14 mars 2019 à 23:15h.

جدول يوضّح بيانات تفاعلات الجهور للخطاب الديني من خلال صفحة

" الطريق إلى الجنة " والمدعم لنشر التربية الإعلامية عبر موقع الفيسبوك ليوم: 12مارس 2019

نلاحظ من خلال الجدول التالي التفاعل الايجابي مع منشورات الصفحة "الطريق إلى الجنة"، وكان الاتجاه موافق إيجابي في معظمها.

الوحدة	الرقم	المضمون	تكرار فئة المضمون			اتجاه فئة المضمون
			الإعجاب	المشاركة بتعليق	إعادة النشر	
14/03/2019	20	2788	387	64	اتجاه ايجابي (موافق)	14/03/2019
13/03/2019	21	5282	1135	2602	اتجاه ايجابي (موافق)	13/03/2019
12/03/2019	32	16958	3233	10769	اتجاه ايجابي (موافق)	12/03/2019
11/03/2019	40	17006	2905	9415	اتجاه ايجابي (موافق)	11/03/2019

10/03/2019	37	15988	1429	8760	اتجاه ايجابي (موافق)	10/03/2019
09/03/2019	33	16012	1355	2698	اتجاه ايجابي (موافق)	09/03/2019
08/03/2019	39	18770	3176	2432	اتجاه ايجابي (موافق)	08/03/2019
07/03/2019	28	3619	534	68	اتجاه ايجابي (موافق)	07/03/2019
06/03/2019	21	3132	688	623	اتجاه ايجابي (موافق)	06/03/2019
05/03/2019	30	14002	2849	1203	اتجاه ايجابي (موافق)	05/03/2019
04/03/2019	34	13766	1988	3877	اتجاه ايجابي (موافق)	04/03/2019

03/03/2019	28	4866	344	3221	اتجاه ايجابي (موافق)	03/03/2019
02/03/2019	31	12346	2440	1770	اتجاه ايجابي (موافق)	02/03/2019
01/03/2019	40	5359	778	451	اتجاه ايجابي (موافق)	01/03/2019
28/02/2019	37	3331	745	2566	اتجاه ايجابي (موافق)	28/02/2019
27/02/2019	33	1344	876	1299	اتجاه ايجابي (موافق)	27/02/2019
26/02/2019	28	7890	3365	7123	اتجاه ايجابي (موافق)	26/02/2019
25/02/2019	23	1298	187	1055	اتجاه ايجابي (موافق)	25/02/2019

24/02/2019	24	14553	3449	1265	اتجاه ايجابي (موافق)	24/02/2019
23/02/2019	27	2376	2298	1991	اتجاه ايجابي (موافق)	23/02/2019
22/02/2019	30	15761	2998	11802	اتجاه ايجابي (موافق)	22/02/2019
21/02/2019	31	10288	10298	8956	اتجاه ايجابي (موافق)	21/02/2019
20/02/2019	12	544	666	237	اتجاه ايجابي (موافق)	20/02/2019
19/02/2019	40	13456	1866	12037	اتجاه ايجابي (موافق)	19/02/2019
18/02/2019	23	866	1786	761	اتجاه ايجابي (موافق)	18/02/2019

17/02/2019	26	4564	3688	2676	اتجاه ايجابي (موافق)	17/02/2019
16/02/2019	32	21344	2334	16487	اتجاه ايجابي (موافق)	16/02/2019
15/02/2019	35	7663	3334	6188	اتجاه ايجابي (موافق)	15/02/2019
14/02/2019	24	3323	3163	2334	اتجاه ايجابي (موافق)	14/02/2019
13/02/2019	28	4544	1319	2291	اتجاه ايجابي (موافق)	13/02/2019
12/02/2019	30	12440	1298	11540	اتجاه ايجابي (موافق)	12/02/2019
11/02/2019	34	14470	13350	16544	اتجاه ايجابي (موافق)	11/02/2019

10/02/2019	26	8755	4421	2654	اتجاه ايجابي (موافق)	10/02/2019
09/02/2019	27	5567	5421	4322	اتجاه ايجابي (موافق)	09/02/2019
08/02/2019	29	10357	1098	11544	اتجاه ايجابي (موافق)	08/02/2019
07/02/2019	39	12876	11441	12700	اتجاه ايجابي (موافق)	07/02/2019
06/02/2019	35	14980	15667	16001	اتجاه ايجابي (موافق)	06/02/2019
05/02/2019	33	23444	32432	21665	اتجاه ايجابي (موافق)	05/02/2019
04/02/2019	28	8762	6822	7643	اتجاه ايجابي (موافق)	04/02/2019

03/02/2019	29	13091	11088	11309	اتجاه ايجابي (موافق)	03/02/2019
02/02/2019	21	8654	2765	3245	اتجاه ايجابي (موافق)	02/02/2019
01/01/2019	43	16777	15439	16543	اتجاه ايجابي (موافق)	01/01/2019

جدول يوضّح بيانات تفاعلات الجهور للخطاب الديني من خلال صفحة

" الطريق إلى الجنة " والمدعم لنشر التربية الإعلامية عبر موقع الفيسبوك من 01 فيفري إلى غاية 14 مارس 2019

- **تحليل البيانات:**

من خلال البيانات المستقاة أعلاه، فلم يخلو أيّ محتوى من منشورات الخطاب الديني بالصفحة من أيّ تفاعل بمختلف التقنيات (الاعجاب، التعليق، المشاركة) ، وهو ما يدل على مدى وعي و اقتناع و متابعة الجمهور بكافة الرسائل الموجه إليه من طرف إدارة صفحة "الطريق إلى الجنة" عبر الفيسبوك محل الدراسة كما لاحظنا أنه باليوم الواحد يتم نشر ما يقارب 30 منشور يوميا من أول ساعة إلى آخر ساعة باليوم ما يدل على المسؤولية والانضباط في العمل حرصا على ايصال الرسالة وتحقيق الهدف المطلوب وهو مواكبة العولمة والغزو الثقافي المعادي للخطاب الديني والاسلام ككل ، و لمساهمة هذا الجمهور في تحقيق صدى و امتداد واسع للرسائل الإعلامية من خلال إعادة نشر المضامين مرّة أخرى وما يؤكد أيضا بوعي كبير من قبل الجمهور بالتربية الإعلامية و التي تجسدت في منشور رقم 17، يوم 12 مارس 2019 مثلا والخاص المحافظة على صلة الرحم والقرابة وعدم الدخول في نزاعات مع الأهل فهي معارك المنتصر فيها مهزوم، حيث تمّ أعيد نشر هذا الإعلان الخاص بها ل3467 مرة وبإعجاب قدر ب3524 وبتعليقات قدرت ب116 تعليق من طرف الجمهور المرسل إليه و بالتالي المساهمة و تحقيق التفاعل بطريقة أو بأخرى لتكريس

الخطاب الديني على أكبر امتداد الكتروني ممكن، ناهيك عن المشاركة بتعليقات مستمرة تفوق معظمها عن كل منشور 50 تعليق في خطاب إعلامي منها و التي وصلت إلى ال 1044 تعليقا عبر منشور رقم 10 يوم 11 مارس والمتعلق بالحث على الصبر والاستعانة بالله في تيسير الأمور«اللهم اشرح لي صدري ويسر لي أمري واحلل عقدة من لساني يفقه قولي(...)»، حيث كانت عموما معظم التفاعلات مؤيدة لنشاطات ومنشورات الصفحة الناشطة والداعمة للخطاب الديني ومتخلف موضوعاته كالرحمة والصدقة والحث على فعل الخير وعدم التكبر عند الغنى بعد الفقر والتوصية على الوالدين والعمل على طاعتهما وكسب برهما بالإضافة إلى كيفية أداء الصلاة وآداب الأكل دون الإغفال بالعقاب وغضب الله والتذكير بالجنة وبإحياء سنة رسول الله والصلاة عليه خاصة يوم الجمعة وقراءة سورة الكهف والتذكير بقدوم الشهر الفضيل وغيرها من المضامين التي تحرص على نشر الوعي الديني دون إغفال ولنشر مبادئ التربية الإعلامية ، كما سجلنا بيانات تحليلية تتعلّق بآراء أفراد راغبين في الانضواء كفاعلين ضمن الصفحة و التي نصنّفها علميا و حسب أسلوب تحليل المحتوى في إطار مقياس " فئة اتجاه المضمون " ضمن خانة الايجابي المؤيد أو الموافق.

8 نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا الاثنوغرافية و التحليلية السابقة لمجموعة من المنشورات للخطاب الديني بصفحة "الطريق إلى الجنة" المقترنة بدعم القيم الدينية والدعوة للحفاظ على مبادئ وأسس المجتمع الإسلامي في ظل العولمة الثقافية وتنوع المضامين دعت الحاجة لمواكبة التطورات التكنولوجية من جهة ومن جهة أخرى تطوير الأساليب وأشكال ايصال الرسالة ، بالرغم من كل العوائق الايديولوجية التي تواجه الخطاب الديني والتي تدعو من جهة أخرى لدعم اسس التربية الإعلامية التي من شأنها أن تأثّر على سلوكات الشباب بنحو يعمل على توعية وارشاد لاستخدام أحسن وفعال المضامين الإعلامية المستقاة من صفحة "الطريق إلى الجنة "عبر موقع الفيسبوك، ومنه و تناغما مع ذلك فقد جاءت التساؤل الأول " ما هي أشكال الخطاب الديني بصفحة "الطريق إلى الجنة"عبر الفيسبوك؟ ، فقد جاءت النتيجة مثمرة بعدة أشكال للخطاب الديني، مؤكّدة بشكل كلي فعال عن زخم الخطاب الديني من فيديوهات ومنشورات ذات صورة ونص متنوعة بعدة ألوان وخطوط كتابة وغيرها من الأساليب الفينة التي تعمل جذب المتلقي نحوها بشكل تفاعلي الشيء الذي تركه الاستخدام الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي كفضاء انطلاق للمعلن إليهم من خلال الرسائل الإعلامية للخطاب الديني و المروّجة لمبادئ التربية الإعلامية.

كما جاء كذلك التساؤل الثاني والمطروح سابقا هو الآخر مؤكدا بشكل كلي حيث " للخطاب الديني تقنيات متعددة تعمل على نجاحه وهي الإعجاب، التعليق، المشاركة " وهذا من خلال استقطاب الجمهور و تحقيق أثر سلوكي بارز بين أوساط المجتمع المدروس.

و من خلال ما سبق يمكننا أن نجمل النتائج المحصّل عليها عبر هذه الدراسة الاثنوغرافية في النقاط التالية:

- ظهور وسائل الإعلام والاتصال الجديدة خلق تحوّلا اجتماعيا جديدا على مستوى الخطاب الديني بالشبكات الاجتماعية.
- فضاءات التواصل الاجتماعي الدينية زادت من التلاحم الانساني و التماسك الاجتماعي على مستوى العلاقات الانسانية بين أفراد المجتمع الواحد.
- ساعد الخطاب الديني عبر الصفحة من خلال التفاعل بتكريس مبادئ التربية الإعلامية.
- وسائل الإعلام و الاتصال الجديدة سمحت بظهور الاتصال و العمل وفق أسس الدين الاسلامي و الذي لم يكن مؤطرا من قبل مع وسائل الإعلام و الاتصال الكلاسيكية بشكل فعال ومستمر.
- كسرت وسائل الإعلام و الاتصال الجديدة ممثّلة في موقع الفيسبوك " سلبية " الجمهور كمتلقي حيث أصبح فاعلا و متفاعلا مع مختلف النشاطات الدينية و الإنسانية المحيطة.
- قرّبت وسائل الإعلام و الاتصال الجديدة المسافات الجغرافية و سهلّت الوصول إلى المتلقين.
- تكريس الخطاب الديني لثقافة التعاون و التلاحم و التساند الاجتماعي بين الأفراد و عبر المجتمع.

خاتمة وتوصيات:

يعتبر الخطاب الديني أحد الركائز المهمة و التي تساهم في إرساء معالم التساند و الاستقرار الاجتماعي بين مختلف أفراد المجتمع الواحد، حيث لا يمكن إغفال فيه مدى مساهمة البيئة الافتراضية و ما جسّدته من تحوّلات اجتماعية أصبح فيها الفرد من مجرّد متلقي سلبي إلى مصدر و متلقي و متفاعل دائم يرسل أفكاره و حملاته و باستخدام مهارات التربية الإعلامية من خلال الشبكة العنكبوتية، في إبراز القيم و الأفكار و الفضائل التي يتمتّع بها المجتمع و ترقية مبادئ التعاون و ترسيخ قيمة التلاحم عبر المنظومة المجتمعية التي يوجد بها. ولذلك يمكن إدراج التوصيات الآتية:

- ضرورة تسليط الضوء أكثر بالبحث العلمي في مجال الخطاب الديني التي تهتم باستخدام وسائل الإعلام والاتصال الجديدة وبالأخص دراسة الإفرازات السلبية التي خلّفتها في المجتمع الحالي.

- احاطة الاهتمام بحقل البحث في التربية الإعلامية والدراسات الاثنوغرافية خصوصا في شكل التربية والإعلام الجديد " الالكتروني" والذي يعتبر أحد التجلّيات الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال، حيث أظهر مدى فعاليته في نقل الأفكار وتعزيز السلوكيات واستمالة آراء الأفراد بشكل.

قائمة المراجع :

1. أحمد عرفات القاضي، تجديد الخطاب الديني، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 2008.
2. أحمد بدر ، الاتصال الجماهيري بين الإعلان و الدعاية و التنمية، وكالة المطبوعات، الطبعة الأولى، الكويت، 1982.
3. إمام إبراهيم، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، ط1 ،القاهرة،1996 .
4. جيامبيترو جوبو، ترجمة لمحمد رشدي و مراجعة أحمد زايد، إجراء البحث الاثنوغرافي،المركز القومي للترجمة،الطبعة الأولى،مصر،2014.
5. حارص صابر، اشكآليات الإعلام في التأثير على الرأي العام، ، العربي للنشر والتوزيع، ط1 ،القاهرة.
6. سليم، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتني للنشر والتوزيع، قطر،2005 .
7. الشريف حاتم بن عارف العوني، فيس بوكيات: القسم الأول ، ط1، الرياض، مطابع الشبانات الدولية 2013.
8. عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، طبعة1، سنة 2015.
9. عقيق عواشة، الرأي العام بين الدعاية والإعلام، الجامعة المفتوحة، ط2، 1998.
10. على عجوة العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، الطبعة الثالثة، القاهرة، 1999.
11. ليندة ضيف، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد، مجلة المعيار، عدد 42، الجزائر، 2017.
12. محمود إسماعيل، الخطاب الديني المعاصر بين التقليد والتجديد، القاهرة، 2009
13. نصر حامد أبو زيد، نقد الخطاب الديني، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط3، 2007.

أطروحات:

محمد عبد الله مكازي الجريبيع، الخطاب الديني في الفضائيات العربية، دراسة في سوسيولوجيا التأثير على الشباب الأردني، رسالة دكتوراه إشراف حلمي ساري، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2009.

موقع الكتروني:

- /https://web.facebook.com/atarikilaeljana connecté le 10 mars 019201 à :.15h

مصداقية صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي الجزائري

-دراسة ميدانية بجامعة تبسة-

The credibility of citizen journalism through social networking sites from the perspective of algerian university youth.

-field study at the university of tebessa-

أ/صوالحية غنية *

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مصداقية صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي الجزائري، ورصد أهم معايير مصداقيتها، ومدى ثقتهم في أخبارها، اعتمدنا المنهج المسحي والاستبيان كأداة بحث، وطبقنا على عينة من شباب جامعة تبسة، عددهم 100 مفردة، حيث بينت النتائج بأن أغلبية المبحوثين يعتمدون"أحيانا"على صحافة المواطن في الاطلاع على الأخبار، ويرون أنها تتوفر"نوعا ما"على المصداقية في أخبارها، وأن أهم معايير مصداقيتها "التغطية الفورية للأحداث، الدقة، التحديث المستمر للمعلومات"، حيث أنهم يثقون فيها إلى"حدّ ما"وبدرجة"متوسطة"، وكان فيسبوك الموقع الأكثر مصداقية لديهم.

الكلمات المفتاحية: الشباب الجامعي الجزائري، المصداقية، مواقع التواصل الاجتماعي، صحافة المواطن.

Abstract :

This study aims to identify the credibility of citizen journalism through social networking sites from the perspective of Algerian university youth, and to monitor the most important standards of credibility, and the extent of their confidence in their news, We adopted the survey method and the questionnaire as a research tool, and applied to a sample of the youth of Tebessa University, number 100 individuls, Where the results showed that the majority of respondents rely "sometimes" on the citizen's press to see the news, They see that there is" a certain amount" of credibility in their news, and that the most important criteria for their credibility "immediate coverage of events, accuracy, continuous updating of information", Where they trust" to some extent" and to a "medium" degree, Facebook was the most credible site they have.

Keywords: Algerian university youth, credibility, social networking sites, citizen journalism.

*- سنة ثالثة دكتوراه LMD في علوم الإعلام والاتصال، جامعة تبسة-الجزائر

1–مقدمة:

لقد ساهمت الانترنت في تغيير حياة الأفراد والمجتمع على حد السواء، خاصة في مجال التزود بالمعلومات، وهذا لما تتوفر عليه من كم معلوماتي هائل عبر مختلف تطبيقاتها، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات الانترنت وأكثرها شعبية، لكونها تمتلك العديد من الخصائص التي جعلت منها أكثر التطبيقات انتشارا بين مختلف فئات المجتمع، ومع ما توفره هذه المواقع للمستخدمين، أصبح هناك نوع من الحرية في عملية نشر المعلومات والصور والتعليقات والفيديوهات، ما جعل وسائل الإعلام التقليدية تقف أحيانا عاجزة أمام هذا الزخم الكبير من المعلومات والأخبار.

وأمام ازدياد أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول العالم، والاعتماد عليها كوسيلة للإعلام والحصول على المعلومات، أدى ذلك إلى بروز ظاهرة إعلامية جديدة أصبح فيها المستخدم مرسلا ناشطا يشارك في العملية الإعلامية، من خلال صناعة الأخبار المرفقة بالصور الحية والفيديوهات، ونقلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، اليوتيوب...)إلى فئات واسعة من المستخدمين، وهو ما سميّ بصحافة المواطن كشكل جديد من الممارسة الصحفية غير المهنية، ولقد أظهرت الأحداث المعروفة بثورات الربيع العربي، قدرة هذا النوع من الصحافة على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، من خلال قيام المواطنين بتغطية الأحداث بكاميرات هواتفهم وبثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

لقد جعلت صحافة المواطن العالم اليوم بيت من الزجاج، لا يمكن أن تخفي خبر أو حدث عن الإنسان[1]، ما جعلها تصل إلى كل فئات المجتمع بما فيها فئة الشباب الجامعي، لكونه أكثر الفئات استقطابا للمواقع الاجتماعية ولصحافة المواطن، ولأنه الفئة التي تمتلك القدرة والحيوية على العمل، والتغيير نحو الأفضل بما يخدم المجتمع، ولكن الانفجار المعلوماتي في صحافة المواطن، جعل من الصعب التأكد من مصداقية ما تم إنتاجه من الأخبار، وهذا لغياب آلية أو جهة مختصة تقوم بالتدقيق في المعلومات، فليس كل ما توفره صحافة المواطن يتمتع بالمصداقية الكافية التي تجعل منه أخبار صادقة لا تقبل الشك، فالمواطن العادي لا يقوم بعمليات الفرز والتدقيق، التي يقوم بها الصحفي المحترف قبل نشر أي خبر، خاصة أن مسألة مصداقية صحافة المواطن من المسائل، التي غالبا ما يتكئ عليها منتقدوها لنفي صفة الإعلام عنها[2]، على هذا الأساس نطرح الإشكال التالي :

ما مدى مصداقية صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي الجزائري؟

وتندرج تحته أسئلة فرعية تتمثل في:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري لصحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

1– تأثير صحافة المواطن ومستقبلها في ظل التطور التكنولوجي، إصدارات مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، الإصدار 3، القاهرة، 2016، ص 25.

2– الصادق رابح، إعلام المواطن– بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 6، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، نوفمبر 2010، ص 256.

- ما هي معايير مصداقية صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي الجزائري؟
- ما مدى ثقة الشباب الجامعي الجزائري في الأخبار والمعلومات التي تقدمها صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

1- أهمية الدراسة:

- صحافة المواطن وما تمثله من ظاهرة إعلامية جديدة، جاءت كأهم منتجات جيل الويب2 وتبلورت عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي أتاحت للفرد كافة أشكال التفاعل والحرية التي يفتقدها في الإعلام التقليدي.
- تمثل المصداقية إحدى القضايا المهمة في مجال الإعلام، وقد تزايد الاهتمام بها بعد ظهور وسائط الإعلام الجديد، التي فتحت باب تداول المعلومات والأخبار على مصرعيه، بغض النظر عن مصداقيتها.
- تزايد الاعتماد على صحافة المواطن في السنوات الأخيرة، وما أصبحت تمثله من منافس قوي للإعلام التقليدي، الذي لا يتيح عنصر التفاعل مع الأخبار المطروحة.
- الدور المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي، وما أحدثته من تغيير في موازين عالم الإعلام والاتصال، من حيث سرعة الاتصال والقيمة المعلوماتية، وضمان وصولها إلى فئات عديدة من المجتمع.
- أهمية فئة الشباب كطاقة بشرية مهمة لها القدرة على التأثير والتغيير نحو الأفضل، بما يخدم المصلحة العامة للمجتمع، وكأكثر الفئات اطلاعا واستخداما لوسائط الإعلام الجديد.

2- أهداف الدراسة:

- التعرف على مدى أهمية صحافة المواطن كمصدر إخباري ينافس وسائل الإعلام التقليدي.
- التعرف على مصداقية صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري لصحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على معايير مصداقية صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على مدى ثقة الشباب الجامعي الجزائري في الأخبار والمعلومات التي تقدمها صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

3- الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على التراث النظري حول الموضوع، سنقدم أهم الدراسات التي لها صلة مباشرة بموضوعنا كالآتي:

4-1- دراسة وائل إسماعيل حسن عبد الباري (مصر)[1]: هدفت الدراسة إلى معالجة العلاقة بين مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت ومستقبل الصحافة المطبوعة في مصر، حيث اعتمدت على منهج المسح الإعلامي لعينة من مستخدمي شبكة الانترنت قوامها 250 مفردة، باستخدام استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:

- تصفح نسبة 74.3% للمواقع الإخبارية بشكل دائم ومستمر، مقابل نسبة 25.7% كانت تفضل مشاهدة القنوات الفضائية بدلا من المواقع الإخبارية.
- أعرب ما نسبته 54.3% من المبحوثين عن اعتقادهم بأن المواقع الإخبارية أكثر مصداقية من الصحف المطبوعة، وذلك باختبار معايير المصداقية التالية: الموضوعية، الدقة، الفورية وجودة المحتوى.
- وجود علاقة ارتباطية عكسية بين تعدد محتوى المواقع الإخبارية ومدى إقبال الجمهور على قراءة الصحف المطبوعة.
- وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين المستوى المعرفي للجمهور باستخدام الانترنت وتشكيل اتجاه الجمهور نحو مصداقية المواقع الإخبارية.

4-1- دراسة محمد أيمن صبحي جربوع (غزة)[2]: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مصداقية الأخبار المحلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية لدى طلبة الإعلام في جامعات محافظات غزة، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، واستخدمت منهج الدراسات المسحية، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، واعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتم جمع بياناتها بواسطة الاستبيان، وطبقت على عينة حصصية عشوائية بسيطة، تقدر بـ 150 مفردة من طلبة الإعلام في جامعات محافظات غزة، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها:

- يوجد ثقة بدرجة متوسطة في الأخبار المحلية المنشورة في المواقع الإخبارية الفلسطينية، حيث بلغت الدرجة الكلية لها بـ 66.60% .
- تتوفر العناصر المكونة للمصداقية في الأخبار المنشورة بالمواقع الإخبارية بدرجة متوسطة (65.60%).
- تأثر مصداقية الأخبار في المواقع بالانقسام السياسي بدرجة كبيرة 70.40%، وكذلك بالصراع مع الاحتلال الإسرائيلي بدرجة كبيرة 80.80%.

1- وائل إسماعيل حسن عبد الباري، مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، موجود على الرابط: www.iugaza.edu.ps/jdalou/files، تاريخ الزيارة 26 /2018/03، على الساعة 11:43.

2- محمد أيمن صبحي جربوع، مصداقية الأخبار المحلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية لدى طلبة الإعلام في جامعات محافظات غزة- دراسة ميدانية- ، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017.

- لا يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عناصر المصداقية في المواقع الإخبارية الفلسطينية، ودرجة اعتماد طلبة الإعلام في جامعات محافظات غزة على الأخبار.

4–2– **دراسة محمد عبد العزيز (مصر)**[1]: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مستويات مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات المصرية لدى الشباب المصري، ورصد أهم الأبعاد والعوامل المؤثرة في مصداقية تلك البرامج لديهم، ورصد آراء واتجاهات الشباب المصري نحوها، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات حول الأحداث والقضايا المتلاحقة، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على صحيفة الاستبيان لجمع البيانات، وتم اختيار العينة العمدية المتاحة من الشباب المصري(من 18، 35 سنة) من مشاهدي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية، بلغ قوامها 400 مفردة موزعة بالتساوي بين أربع محافظات(القاهرة، الإسكندرية، المنيا، قنا)، بواقع 100 مفردة لكل محافظة، مع مراعاة تمثيل الذكور والإناث، وجاءت النتائج كالآتي:

- جاء تقييم الشباب لمصداقية المضامين المنشورة بالبرامج الحوارية يؤكد على تفوق برنامج العاشرة مساءً بوزن ترجيحي 3.253، مقارنة ببرنامج صباح الخير يا مصر بوزن ترجيحي 2.985.
- جاء في صدارة ترتيب أهم العوامل التي تدعم مصداقية المضامين الإخبارية بالبرامج الحوارية لدي المبحوثين، مدى وضوح مصدر المضامين الإخبارية وثقة فيه بنسبة تجاوزت 70 %.
- صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين معدل تعرض المبحوثين ومصداقية البرامج الحوارية لديهم.
- صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين مصداقية البرامج الحوارية لدى المبحوثين ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات.
- صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين اتجاهات المبحوثين نحو البرامج الحوارية وتقييمهم لمصداقيتها لديهم.
- عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائيا بين مصداقية البرامج الحوارية لدى المبحوثين حسب الخصائص الديموغرافية.

4–3– علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد أهم أبعاد المصداقية في وسائل الإعلام(القنوات الفضائية، المواقع الإخبارية عبر الانترنت)، وفي تحديد مشكلة الدراسة وصياغة تساؤلاتها واختيار الأداة والمنهج المناسبين للدراسة، وأيضا في تصميم استمارة الاستبيان، حيث اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في كل من المنهج والأداة

1– محمد عبد العزيز، تقييم الشباب المصري لمصداقية البرامج الحوارية خلال الانتخابات الرئاسية 2014 والانتخابات البرلمانية 2015– دراسة ميدانية، www.reserchgate.net/publication/31966645، تاريخ الزيارة 2018/03/26، على الساعة 12:33.

المستخدمين في البحث، وفي الفئة التي تم التطبيق عليها وهم الشباب (الطلبة) الجامعي، باستثناء دراسة حسن عبد الباري، التي استهدفت مستخدمي شبكة الانترنت، واختلفت الدراسة مع الدراسات السابقة في المتغير الذي تبحث فيه، وهو صحافة المواطن، وكذا في الإطار الزمني والإطار المكاني الذين أجريت فيهما الدراسة.

5– تحديد المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم من الخطوات المهمة والأساسية في أي بحث، وذلك من أجل إزالة أي نوع من غموض قد يكتنف هذه المفاهيم، وتتمثل مفاهيم الدراسة في الآتي:

5–1– المصداقية: تعرف بأنها ميل المخاطَب(المتلقي) لقبول المعلومة الواردة على أنها دقيقة، فالمصدر الذي يحظى بمصداقية هو الذي يصدقه الجمهور لأسباب موضوعية أو ذاتية، وتعني أيضا درجة الثقة التي يوليها الأفراد للمعلومات الواردة إليهم عبر وسائل الإعلام والاتصال وإدراكهم بأن هذه المعلومات هي انعكاس حقيقي للأحداث التي يتم تقديمها[1]، كما يقصد بها أيضا مدى ثقة المتلقي فيما تقدمه الوسيلة، بناء على خبرته السابقة مع ما تقدمه من معلومات تأكد له صحة مصدرها، وأمانة نقلها وموضوعية صياغتها في رسالة تصل إليه في الوقت المناسب، من خلال قائم باتصال له خبرته ويحظى بثقته[2].

* **إجرائيا**: "هي ميل الشباب الجامعي الجزائري لقبول الأخبار والمعلومات التي تقدمها صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي، على أنها أخبار صحيحة وصادقة خالية من الكذب والتزييف، ومنقولة بأمانة من مصدرها، وتعني أيضا مدى الثقة الشباب الجامعي الجزائري في الأخبار التي يتلقاها من صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي."

5–2– صحافة المواطن: تعد من المصطلحات التي تثير الكثير من الجدل، حيث أشار جمال الزرن أنها مصطلح إعلامي واتصالي في الوقت نفسه، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، ومصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي، ويرى أنها تعتمد على:

- شبكة الانترنت كفضاء للنشر و التعبير عن الرأي.
- تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام و دعم الممارسة الديمقراطية.
- اعتبار مخرجات صحافة المواطن امتداداً لمرجعيات الإعلام البديل و الصحافة البديلة[3].

1– محمد بن علي محمد السوّيد، اعتماد المغردين الإعلاميين على معلومات تويتر وتقييمهم لمدى مصداقيتها–دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين السعوديين المغردين في تويتر، المجلة العربية للإعلام و الاتصال، العدد 16، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، نوفمبر 2016، ص ص 79/78.

2– محمد أيمن صبحي جربوع ، مرجع سبق ذكره، ص 45.

3– جمال الزرن، صحافة المواطن–عندما المتلقي يصبح مرسلا، 2018/04/16، http://jamelzaran.arabblogs.com/archive/2009/12/978946.htm

ويشير مصطلح صحافة المواطن إلى" تفاعل الشخص العادي مع الحدث وتوثيقه إما كتابيا أو التصوير بالفيديو، ونشره على مواقع التواصل(فيسبوك، تويتر، ويوتيوب وغيرها)، أو إرساله لوسائل الإعلام المرئية أو المسموعة أو المقروءة لنشره أمام العامة[1].

* **إجرائيا:** هي" نوع من الإعلام يسمح للمواطن العادي أن يتحول إلى مصدر للأخبار، من خلال عملية جمع ونقل وتحليل ونشر الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر، البوتيوب...)، حيث لم يعد المواطن العادي من خلال هذه المواقع الاجتماعية متلقي سلبي بل صانع للأخبار وشخص مؤثر برأيه."

5–3– مواقع التواصل الاجتماعي: يعرفها زاهر راضي بأنها" منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية"[2].

* **إجرائيا:**"هي مواقع الكترونية اجتماعية تفاعلية يستخدمها الشباب الجامعي الجزائري للتواصل والتفاعل مع غيرهم من المستخدمين، من خلال إنشاء ملفات شخصية يتبادلون عبرها الأفكار والآراء والأخبار والرسائل والملفات والصور ومقاطع الفيديو، بحرية دون قيود وتتمثل في الفيسبوك واليوتوب وتويتر، المنتديات، المدونات..."

5–4– الشباب الجامعي الجزائري: يرى علماء النفس "أن الشباب يبدأ مع الولادة الثانية وهي البلوغ، أي المرحلة التي تبرز فيها مظاهر جديدة من الميولات، وأهمها الميولات الجنسية، وغيرها من القوى الحيوية والنشاط والتبديل في مظاهر الحياة، وهناك من يحدد بداية الشباب من سن 13 سنة إلى سن 27 سنة، والبعض يحددها من سن 14 سنة إلى سن 27 سنة، والبعض الآخر يرى أنها تغطي فترة مابين 17 سنة إلى 30 سنة"[3]، "وهناك من يرى أن مرحلة الشباب أو الرشد تبدأ من (18 إلى 30 سنة تقريبا)، ويقسمها إلى:

- مرحلة الشباب الأولى(من 18 – 24 سنة تقريبا) وهي تقارب مرحلة التعليم العالي.
- مرحلة الشباب الثانية (من 24 إلى 30 سنة تقريبا)". [4]

* **إجرائيا:** على اعتبار أننا سندرس الشباب الجامعي الجزائري فإننا سنركز على مرحلة الشباب مابين 18 و30 سنة، وعليه فالشباب الجامعي الجزائري "هم جميع الطلبة الذين يدرسون بجامعة تبسة، في الفترة العمرية مابين 18 و30 سنة، والذين يزاولون تعليمهم في المرحلة الجامعية الأولى(ليسانس)، بعد حصولهم على شهادة البكالوريا، ويستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة صحافة المواطن".

6– حدود الدراسة: تتمثل حدود الدراسة الحالية كالآتي:

1– تأثير صحافة المواطن ومستقبلها في ظل التطور التكنولوجي، مرجع سبق ذكره، ص 08.

2– زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 23.

3– مليكة هارون ، الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال–دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيبازة خلال صيف 2004، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005/2004، ص 34.

4– سمير لعرج، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري– دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007/2006، ص 12.

6–1– الحدود البشرية: يقصد بها الأفراد الذين ستجرى عليهم الدراسة الميدانية، حيث تم تطبيق الدراسة ميدانيا على فئة الشباب الجامعي الجزائري، المتمثل في الطلبة الجامعيين الذي يدرسون بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة، الواقعة بولاية تبسة الكائن مقرها شرق الجزائر.

6–2– الحدود المكانية: وهي المجال الجغرافي والحيز المكاني الذي أجريت فيه الدراسة، حيث تم إجراء هذه الدراسة في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة العربي التبسي، الكائن مقرها بولاية تبسة/الجزائر، على اعتبار أن ذلك سيوفر لنا فرصة الالتقاء بالمبحوثين طيلة فترة إجراء الدراسة.

6–3– الحدود الزمنية: وهي الوقت الذي استغرقته الدراسة، حيث تم إجراء الدراسة الحالية وتطبيقها ميدانيا خلال الفترة الممتدة من نهاية شهر نوفمبر 2018 إلى غاية نهاية شهر فيفري 2019.

7– نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تقوم برصد الظواهر، وتحليلها للتوصل إلى نتائج يمكن تعميمها، حيث اعتمدنا على المنهج المسحي في شقه الميداني، باعتباره "أحد الأساليب المتعلقة بجمع المعلومات عن سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بوسائل الإعلام، مما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة، كما أنه يمكن أن يلعب دوراً تفسيرياً بشرح الأحداث أو الظواهر المدروسة، كما يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، حيث يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات، وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث"[1]، وقد استخدمنا أسلوب المسح بالعينة، لجمع البيانات عن الظاهرة المدروسة لمعرفة العلاقة بين متغيراتها، بما يجيب عن أسئلة الدراسة.

8– أداة جمع البيانات:

تماشيا مع طبيعة موضوعنا، قمنا بجمع بيانات الدراسة بواسطة استمارة الاستبيان، باعتبارها الأكثر موائمة للموضوع على أساس فئة المبحوثين، حيث يعرف الاستبيان بأنه "مجموعة من الأسئلة المرتبطة حول موضوع معين، ترسل إلى أشخاص أو يتم تسليمها باليد للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة، أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق"[2]، وقد تضمنت استمارتنا متغيرات الدراسة القابلة للقياس بما يجيب عن إشكالية البحث، وقد تم تقسيمها إلى 03 محاور كالتالي:

– **المحور 1**: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري لصحافة المواطن.

– **المحور 2**: معايير مصداقية صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

1– سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي–بحوث الإعلام، ط 2، عالم الكتب، القاهرة 2006، ص 147.

2 – فيروز زرارقة وآخرون، سلسلة البحوث الاجتماعية في منهجية البحث العلمي، ط 1، مكتبة اقرأ، الجزائر2007، ص 104.

– **المحور 3**: ثقة الشباب الجامعي في أخبار ومعلومات صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

9– مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث في دراستنا هو فئة الشباب الجامعي الجزائري من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، ونظرا لاتساع مجتمع البحث واستحالة الاتصال بجميع مفرداته، تم الاعتماد على العينة القصدية، المتمثلة في طلبة السنة ثالثة اتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية –جامعة تبسة–، قدرت بـ 100 مفردة مقسمة بالتساوي بين الجنسين(50ذكور، 50إناث)، كممثلين عن فئة الشباب الجامعي الجزائري في الفترة العمرية ما بين (18سنة و 30 سنة)، والذين لديهم حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مستثنين بذلك من ليس له حساب اجتماعي. وقد اعتمدنا على أسلوب التوزيع العشوائي في توزيع الاستمارات على المبحوثين.

10– نتائج الدراسة:

نستشف من الدراسة الميدانية جملة من النتائج وهي كالتالي:

- أقر غالبية المبحوثين أنهم يعتمدون "أحيانا" على صحافة المواطن في الاطلاع على الأخبار بنسبة 61.7%، لكونها غير خاضعة للرقابة في نشر الأخبار على مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي.
- أقر غالبية المبحوثين أنهم يقضون "من ساعة إلى ساعتين" في متابعة أخبار صحافة المواطن بنسبة 51.23%، وذلك حرصا منهم على متابعة كل جديد يحدث داخل الساحة المحلية والوطنية من أحداث وقضايا خاصة المهمة منها.
- أقر غالبية المبحوثين أنهم يتابعون صحافة المواطن "منذ 3 سنوات" بنسبة 43.5%، وهي الفترة التي بدأ يتضح فيها تأثير صحافة المواطن على الساحة الإعلامية.
- بينت الدراسة أن أسباب متابعة أفراد العينة لصحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى "سرعة تدفق المعلومات والأخبار" بنسبة 21.7%، و"لأنها تنشر أخبار لا تنشرها وسائل الإعلام التقليدية" في المرتبة الثانية بنسبة 16.4%، ثم" لأنها تنقل أخبار دقيقة وصادقة" في المرتبة الثالثة بنسبة 13.9%، وفي المرتبة الرابعة بنسبة 14% "لوجود رابط الكتروني يحيل على تفاصيل أكثر حول الخبر".
- جاءت الأخبار السياسية في مقدمة الأخبار التي يفضل المبحوثين متابعتها بنسبة 32.7%، تليها الاجتماعية بنسبة 18.9%، ثم الرياضية بنسبة 10.5%، ثم الدينية بنسبة 8.4%، لتأتي أخبار الصحة والجمال في المرتبة الأخيرة، وهذا يعني أن الشباب الجامعي الجزائري من المهتمين بما يحدث في الجانب السياسي والاجتماعي، والديني والرياضي، من منطلق أنهم فئة فتية في مسار التحصيل العلمي، وتتعطش للإطلاع على كل ما هو جديد و مهم و يقدم فائدة لهم.

- أقر غالبية العينة أنهم يعتمدون بشكل "متوسط" على صحافة المواطن بنسبة تقدر بـ 63.18%، حيث أنهم على دراية كبيرة بأن هذا النوع من الصحافة غير محترف، وبالتالي من السهل جدا على المواطن الصحفي أن يخطأ و يقوم بنقل أخبار قد تكون أساسا كاذبة أو مزيفة.
- أقر غالبية عينة الدراسة بنسبة 58.6% أنهم نعم "يتفاعلون" مع ما تنشره صحافة المواطن، وذلك عن طريق التعليقات بنسبة28.7%، وبالإعجاب بنسبة 19.6%، وبالضغط على الرابط الالكتروني لقراءة المزيد من التفاصيل بنسبة 14.9%، ثم التفاعل مع ناشر المعلومة بنسبة 13.1%، ثم إعادة نشر الخبر بنسبة 12.42%، ليأتي التفاعل بحفظ الخبر في الأخير، وهو دليل على اهتمام الشباب الجامعي بالتفاعل مع الأخبار والنقاش بشأنها، انطلاقا من اهتمامه بالقضايا والأحداث الحاصلة بالبيئة المحيطة من جهة، وهذا دليل واضح على التفكير الناقد المتوفر لدى الشباب الجامعي الجزائري الذي لا يكتفي بالتلقي فقط.
- بينت الدراسة أن غالبية المبحوثين بنسبة 58.7% يرون أن صحافة المواطن تتوفر نوعا ما على عنصر المصداقية في أخبارها، وذلك لأنه أحيانا كثيرة يتم تزييف وفبركة الأخبار والصور والفيديوهات المنشورة عبر المواقع الاجتماعية، بسبب عدم قدرة المواطن الصحفي على معرفة الأخبار المزيفة من الصادقة، وكذا لعدم عملية التدقيق والفرز للمعلومات قبل نشرها.
- بينت الدراسة أن معايير مصداقية صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في المرتبة الأولى في "التغطية الفورية للأحداث" بنسبة 22.7%، ثم "الدقة في النقل" بنسبة 21.4%، ثم "التحديث المستمر للمعلومات" بنسبة 15.4%، ثم "التفاعلية" بنسبة 11.5%، ثم "الاتصال بروابط الكترونية أخرى"بنسبة 11.1%، ثم "الأمانة والجدية في النقل" بنسبة 10.1%، ثم "الموضوعية والحيادية" بنسبة 4.8%، ثم في الأخير "الثقة في مصدر الخبر" بنسبة 03%، وهذا راجع للمستحدثات التقنية التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي(التفاعلية، التحديث المستمر، السرعة في التغطية، الاتصال بروابط الكترونية أخرى)، والتي تمنح الفرصة بمقارنة المعلومات والأخبار مع مصادر أخرى للتأكد من صدقها، وهو الأمر الغائب في وسائل الإعلام التقليدية.
- أقر غالبية أفراد العينة بنسبة 49% أن الفيسبوك هو الموقع الأكثر مصداقية بالنسبة لهم، يليه موقع اليوتيب بنسبة 31.6%، وهذا لأن الفيسبوك هو أكثر المواقع استخداما عند الشباب الجامعي، ولأن اليوتيب يحتوي على الفيديوهات التي تنقل الخبر بالصوت، والصورة بما لا يجعل مجال للشك في صدقه، في حين باقي المواقع الاجتماعية (فليكر وليكندان...) فيغيب استخدامها تماما في أوساط الشباب الجامعي.
- أقر غالبية العينة ما نسبته 52.8% "يثق إلى حدّ ما"، وبدرجة متوسطة تقدر بنسبة 44.7% في صحافة المواطن عبر المواقع الاجتماعية، وهذا لكثرة انتشار الإشاعات، والأخبار الكاذبة

والمغرضة، وعدم الفصل بين الحقائق والآراء من جهة، وأيضا لعدم وجود آلية أو جهة مختصة تبحث وتدقق في الأخبار التي يتم نشرها.

- جاءت عناصر عدم المصداقية في صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في المرتبة الأولى عدم الالتزام بالدقة بنسبة 26.3%، ثم عدم التأكد من الخبر قبل نشره بنسبة 18.1%، ثم التحيز بنسبة 15.4%، ثم عدم المسؤولية في نقل الخبر بنسبة 13.2%، ثم الإساءة بنسبة 11.6%، ثم عدم الفصل بين الحقيقة والرأي بنسبة 9.3%، وفي الأخير عدم الالتزام بالأخلاقيات بنسبة 6.1%، وهذا يعود لعدم احترافية المواطن العادي وعدم تحليه بأخلاقيات المهنة الصحفية، وأيضا لأنه كثيرا ما يبالغ المواطنين في طرح الأخبار ويخلطونها بالآراء الشخصية، بالإضافة إلى السب والشتم بالألفاظ غير الأخلاقية عند الحوار والنقاش وتبادل الآراء، وكذا الاعتماد على مصادر غير موثوقة ومجهولة المصدر.

خاتمة:

في الأخير يمكننا القول أنه مهما اختلف نوع الإعلام سواء أكان إعلام تقليدي أو إعلام جديد، فإنه يبقى هدفه إيصال الأخبار والمعلومات للجمهور في كل مكان وزمان، ولكن لا يمكننا القول أن صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي، قد حلت محل الإعلام التقليدي، ولكنها ساهمت إلى جانب هذا الأخير في تفعيل دور المواطن كشريك في العملية الإعلامية، بعد أن كان مجرد جمهور سلبي، تحول إلى جمهور نشط وفاعل ومؤثر برأيه، وهو ما كان يفتقد في وسائل الإعلام التقليدي، فبالرغم من الكم الهائل من المعلومات والأخبار التي يقدمها المواطن من خلال المواقع الاجتماعية، فإنها تبقى محل جدل لكون هذه المواقع غير مراقبة، ما يجعلها مرتع خصب للأخبار الكاذبة والمغرضة والشائعات المتنوعة، والصور والفيديوهات المفبركة، فمهما حاول المواطن أن ينتج وينشر المضامين يبقى عمله بعيدا عن احترافية الصحفي، ويبقى ما يقدمه محل شك دائم وبحاجة إلى العودة إلى وسائط الإعلام التقليدي للتثبت منه، ولذا نؤكد على أن الإعلام التقليدي أكثر مهنية ومصداقية، وأكثر التزاما بمعايير العمل الإعلامي من صحافة المواطن، وغيرها من الظواهر الإعلامية الناشئة بمجيء وسائط الإعلام الجديد.

التوصيات:

بناء على ما توصلت له الدراسة يمكن صياغة التوصيات التالية:

- ✓ ضرورة وضع قانون أو ميثاق أخلاقي يحكم ممارسة المواطن الصحفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دون كبح للحرية، حتى يمكن الاستفادة منها كمصدر مفيد للمعلومات والأخبار.
- ✓ وضع مفهوم جديد للمصداقية يكون عملي أكثر حتى يلتزم به كل ممارسي الإعلام (إعلام جديد، أو إعلام تقليدي).

- ✓ الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي من خلال اعتمادها كمصدر رسمي للمعلومات، وليس مجرد موقع هامشي، وذلك بتكليف جهة مختصة تتكفل بالتدقيق فيما يتداوله عبر هذه المواقع، حتى يتم منع نشر كل خبر كاذب أو مغرض.
- ✓ القيام بتنبيه مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الشباب من ضرورة التثبت من المعلومات التي يحصلون عليها قبل نشرها، وذلك لتجنب نشر أي خبر أو معلومة خاطئة أو مزيفة أو كاذبة ما قد يتسبب في إحداث فوضى أو تضارب في الآراء في أوساط المجتمع.

قائمة المصادر والمراجع:

[1] الصادق رابح، إعلام المواطن– بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 6، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، نوفمبر 2010.

[2] تأثير صحافة المواطن ومستقبلها في ظل التطور التكنولوجي، إصدارات مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، الإصدار 3، القاهرة، 2016.

[3] جمال الزرن، صحافة المواطن– عندما المتلقي يصبح مرسلا، موجود على الرابط: http://jamelzaran.arabblogs.com/archive/2009/12/978946.htm

[4] سمير لعرج، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري– دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007/2006.

[5] سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي–بحوث الإعلام، ط 2، عالم الكتب، القاهرة 2006.

[6] زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان 2003.

[7] فيروز زرارقة وآخرون، سلسلة البحوث الاجتماعية في منهجية البحث العلمي، ط 1، مكتبة اقرأ، الجزائر 2007.

[8] محمد بن علي محمد السوّيد، اعتماد المغردين الإعلاميين على معلومات تويتر وتقييمهم لمدى مصداقيتها–دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين السعوديين المغردين في تويتر، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 16، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، نوفمبر 2016.

[9] محمد أيمن صبحي جربوع، مصداقية الأخبار المحلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية لدى طلبة الإعلام في جامعات محافظات غزة– دراسة ميدانية–، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017.

[10] محمد عبد العزيز، تقييم الشباب المصري لمصداقية البرامج الحوارية خلال الانتخابات الرئاسية 2014 والانتخابات البرلمانية 2015– دراسة ميدانية–، 2018/03/26، www.reserchgate.net/publication/31965125.

[11] مليكة هارون ، الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال–دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيبازة خلال صيف 2004، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005/2004.

[12] وائل إسماعيل حسن عبد الباري، مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، موجود على الرابط: www.iugaza.edu.ps/jdalou/files.

الملاحق: استمارة الاستبيان

I. المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري لصحافة المواطن.

1– هل تتابع الأخبار التي تنشرها صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

2– منذ متى وأنت تتابع صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنة ☐ منذ سنة ☐

منذ 3 سنوات ☐ منذ 5 سنوات ☐

3– ما عدد الساعات التي تقضيها في متابعة و قراءة الأخبار التي تنشرها صحافة المواطن؟

أقل من ساعة ☐ 1 إلى 2 سا ☐ 2 إلى 3 سا ☐ أكثر من 3 ساعات ☐

4– ما أسباب متابعتك لصحافة المواطن؟

لأنها تنشر أخبار لا تنشرها وسائل الإعلام التقليدية ☐

لمعرفة مختلف وجهات النظر حول مختلف القضايا ☐

وجود رابط الكتروني يحيل على تفاصيل أكثر ☐

غير خاضعة للرقابة و النشر بها يتم بحرية ☐

إمكانية التواصل مع الناشر مباشرة ☐

لتبادل الآراء حول القضايا ☐

تنشر مقاطع فيديو للأحداث ☐

سرعة تدفق المعلومات ☐

تنقل أخبار صادقة ودقيقة ☐

5– ما نوع الأخبار التي تفضل متابعتها؟ رتبها حسب أهميتها لديك:

السياسية ☐ الاقتصادية ☐ الاجتماعية ☐ الثقافية ☐ الرياضية ☐

الدينية ☐ الفنية ☐ الصحية ☐ العلمية ☐

6– ما مدى اعتمادك على صحافة المواطن في متابعة الأخبار؟

بشكل كبير ☐ بشكل متوسط ☐ بشكل ضعيف ☐

II. المحور الثاني: معايير مصداقية صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

7– هل تتفاعل مع ما تنشره صحافة المواطن؟

نعم ☐ لا ☐

8– إذا كانت إجابتك بنعم، كيف تتفاعل مع ما تنشره صحافة المواطن؟

الإعجا☐ التعليقات☐ المشاركة بالرأي☐ ظ الخبر☐ النشر☐

الضغط على الرابط الالكتروني لقراءة المزيد من التفاصيل☐ اعل مع ناشر المعلومة☐

9– حسب رأيك، هل تتوفر صحافة المواطن على عنصر المصداقية؟

نع☐ لا☐ نوعا ما☐

10– حسب رأيك، فيما تتمثل معايير مصداقية صحافة المواطن؟ رتبها من(1 إلى 8)

التغطية الفورية للأحداث☐ الدقة في نقل الأخبار☐

الثقة في مصدر الأخبار☐ الموضوعية☐

التحديث المستمر للمعلومات☐ التفاعلية مع مصدر الخبر☐

الأمانة والوضوح في النقل☐ الاتصال بروابط الكترونية أخرى☐

11– ما هو الموقع الاجتماعي الأكثر مصداقية بالنسبة لك ؟رتبها من(1 إلى 8)

فيسبوك☐ تويتر☐ اليوتيب☐ كر☐

لينكدان☐ واتساب☐ انستغرام☐ قوغل+☐

12– حسب رأيك، ما هي عناصر عدم المصداقية في صحافة المواطن؟

عدم الالتزام بالدقة في النقل☐

عدم المسؤولية في نقل الخبر☐

عدم الالتزام بالأخلاقيات☐

عدم التأكد من الخبر قبل نشره☐

عدم الفصل بين الحقيقة و الرأي☐

التحيز☐

الإساءة☐

III. المحور الثالث: ثقة الشباب الجامعي الجزائري في صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي

13– هل تثق في الأخبار التي تستقيها من صحافة المواطن؟

نعم أ☐ لا أثق☐ نوعا ما☐

14– ما درجة ثقتك في صحافة المواطن؟

درجة كبير☐ درجة متوسطة☐ درجة قليلة☐ جة منعدمة☐

ISSN : 2602 -7356



Algerian journal of Mass Media and Public Opinion Researches

Semi-anual Journal Published by :
Mass media and Communication Department at the Faculty of Humanities, Islamic Sciences and Civilization

Vol:(01)-Number (02) /Dec 2018